



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**COMERCIO INTERNACIONAL Y COMPETITIVIDAD DEL ACEITE
DE SACHA INCHI PERUANO 2008-2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

MARIN QUISPE, SHIRLEY KIMBERLYN

ASESOR:

DR. QUISPE FARFÁN, PERCY

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA – PERÚ

Año 2017

Página del Jurado

Mgtr. Maldonado Cueva, Percy.

Mgtr. Guerra Bendezu, Carlos.

Mgtr. Dueñas Lujan, Raúl.

Dedicatoria

A mis padres y hermanos por su amor, comprensión y apoyo incondicional en estos años de estudio. A mis docentes por su paciencia y compartir sus conocimientos.

Agradecimiento

A mi padre por haberme brindado su apoyo para continuar con mis estudios y cumplir con mis objetivos que trazo para un exitoso futuro, por enseñarme a ser constante en lo que uno quiere lograr, crecer como persona, dedicación, esfuerzo y compromiso con lo que uno se propone.

A mi madre por enseñarme a salir adelante a pesar de todas las dificultades que puedan suscitar en el transcurso del logro de un objetivo.

A mis docentes por brindarme las herramientas y conocimientos necesarios a lo largo de mi carrera las mismas que fueron necesarias para el desarrollo de la presente investigación.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Shirley Kimbherlyn Marín Quispe con DNI N° 47647878, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 30 de junio del 2017

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada "Comercio internacional y competitividad del aceite de sacha inchi peruano 2008-2016", la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales.

El objetivo de esta investigación ha sido determinar el comercio internacional y la competitividad de las grasas y aceites (...) contemplada en la subpartida 1515900090 durante el periodo 2008-2016; donde se contemplan las demás grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (exc. aceites de soja "soya", cacahuete "cacahuete, maní", oliva, palma, girasol, cártamo, algodón, coco "copra", almendra de palma, babasú, nabo "nabina", colza, mostaza, lino "linaza", maíz, ricino, tung y sésamo "ajonjolí"); Partida arancelaria bajo la cual se exporta el mayor valor y volumen de aceite de Sacha Inchi peruano (Ver anexo 12).

La idea ha sido probar si el comercio internacional y la competitividad de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016 han sido favorables para el Perú.

El diseño de la investigación ha sido no experimental porque no se ha manipulado las variables, debido a que ya existían.

El proceso se inició con la recopilación de datos para luego proceder con su organización, es decir se clasificó en dos listas sobre los países exportadores e importadores mundiales de las grasas y aceites, identificando así a los EE. UU, Italia y Dinamarca como los principales países exportadores y como principales países importadores se identificó a EE.UU., Francia y Países Bajos.

Por último, se procedió a comparar entre los principales países exportadores para saber qué tan competitivo fue Perú durante el periodo 2008 - 2016 en cuanto a productividad y costo unitario de producción.

Los resultados de la investigación los presentamos en siete capítulos.

El capítulo I contiene la introducción, la realidad problemática, los trabajos previos, las teorías relacionadas al tema, la formulación del problema, la justificación del estudio, la hipótesis y los objetivos; los cuales, sirvieron como base para el trabajo de investigación.

El capítulo II, corresponde al método y contiene el diseño de investigación, variables, población de estudio, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, métodos de análisis de datos y los aspectos éticos de la investigación.

En el capítulo III, se presenta los resultados obtenidos en la investigación.

En el capítulo IV, se muestra la discusión que contrasta los hallazgos con los antecedentes de la investigación.

En el capítulo V, se muestran las conclusiones en las cuales se dará las respuestas a las hipótesis.

En el capítulo VI, se muestran las recomendaciones tomando en cuenta las conclusiones y las acciones que se deberían tomar para mejorar.

En el capítulo VII, se muestran las fuentes citadas en la investigación de acuerdo a normas APA y finalmente se presentaron los anexos que nos servirá como guía para una información extra que requiera la investigación.

Durante la investigación se han encontrado determinados problemas y limitaciones en cuanto a datos sobre los costos de producción, para así determinar el costo unitario y productividad en los diferentes países y años en el estudio de investigación.

No puedo terminar esta breve presentación sin agradecer al Dr. Carlos A. Choquehuanca S., al Dr. Percy, Quispe Farfán y al Mg. Percy, Maldonado Cueva por compartir conmigo su sabiduría y brindarme todo su apoyo para que lograra la culminación de esta investigación.

INDICE

	Pág.
Página del Jurado	02
Dedicatoria	03
Agradecimiento	04
Declaratoria de autenticidad	05
Presentación	06
Índice	08
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1 Realidad Problemática	12
1.2 Trabajos previos	13
1.3 Teorías relacionadas al tema	18
1.4 Formulación del problema	27
1.4.1 Problema General	27
1.4.2 Problemas Específicos	28
1.5 Justificación del estudio	28
1.6 Objetivos	29
1.6.1 Objetivo General	29
1.6.2 Objetivos Específicos	29
1.7 Hipótesis	29
1.7.1 Hipótesis General	29
1.7.2 Hipótesis Específicas	29
II. MÉTODO	30
2.1 Diseño de investigación	30
2.2 Variables, operacionalización	30
2.3 Población y muestra	30
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y la confiabilidad	30
2.5 Métodos de análisis de datos	30
2.6 Aspectos éticos	31
III. RESULTADOS	32

IV.	DISCUSIÓN	56
V.	CONCLUSIONES	58
VI.	RECOMENDACIONES	59
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	60
	ANEXOS	67
	Anexo 1. Matriz de Consistencia.	68
	Anexo 2. Juicio de expertos.	69
	Anexo 3. Valor de exportación mundial de grasas y aceites.	75
	Anexo 4. Volumen de exportación mundial de grasas y aceites.	76
	Anexo 5. Precio de exportación mundial de grasas y aceites.	77
	Anexo 6. Valor de importación mundial de grasas y aceites.	78
	Anexo 7. Volumen de importación mundial de grasas y aceites.	79
	Anexo 8. Precio de importación mundial de grasas y aceites.	80
	Anexo 9. Producción de Sacha Inchi de nuestros países competidores.	81
	Anexo 10. Estructura de los costos de producción de Sacha Inchi x (Ha)	82
	Anexo 11. Partida Arancelaria del aceite de Sacha Inchi	83
	Anexo 12. Exportación de las demás grasas (sacha inchi, jojoba, palta).	84
	Anexo 13. Acta de aprobación de originalidad de los trabajos académicos de la UCV	85

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar el comercio internacional y la competitividad de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016.

Para llevar a cabo la investigación se recopiló los datos sobre el comercio mundial de las grasas y aceites lo que permitió identificar los principales países exportadores y los principales países importadores y la tendencia tanto de dichas dimensiones para cada país como para el mundo. Luego reunimos los datos sobre los destinos de exportación de las grasas y aceites peruanas, para establecer con qué países competíamos y poder comparar con ellos nuestra competitividad.

En conclusión, queda demostrado que el comercio internacional de las grasas y aceites ha tenido una tendencia creciente en el valor tanto en las exportaciones como en las importaciones, sin embargo, ha tenido una tendencia decreciente en el volumen para ambos casos. Por otra parte, la exportación de las grasas y aceites de Perú ha sido competitiva durante el periodo 2008-2016.

Palabras clave: Comercio internacional, competitividad, exportación.

ABSTRACT

The research aimed to determine the international trade and competitiveness of the fats and oils during the period 2008-2016.

In order to carry out the research, data on world trade in fats and oils were collected, which allowed the identification of the main exporting countries and the main importing countries and the trend of these dimensions for each country as well as for the world. Then we gathered the data on the export destinations of the Peruvian fats and oils, to establish with which countries we competed and to be able to compare our competitiveness with them.

In conclusion, it has been shown that the international trade in fats and oils has had an increasing trend in value in both exports and imports, however, there has been a decreasing trend in volume for both cases. On the other hand, the export of fats and oils from Peru has been competitive during the period 2008-2016.

Keywords: International trade, Competitiveness, Export.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

En la actualidad, una de las tendencias mundiales de consumo es la de grasas y aceites vegetales, por lo que su valor de exportación e importación han estado en constante crecimiento en los últimos años otorgando oportunidades de desarrollo económico para los países (Ver anexo 3 y 6).

En lo que se refiera a volúmenes de exportación, se han visto afectados los países que comercializan este producto pues los volúmenes se han reducido pero los precios de exportación se han elevado debido a la baja disponibilidad de estas grasas y aceites en estos mercados internacionales (Ver anexo 5).

Los principales mercados para la comercialización de grasas y aceites de esta índole son EE. UU, Francia y Países Bajos, quienes son los principales importadores de este sector oleaginoso a nivel mundial. Si bien es cierto no somos el primer país exportador pero nuestra competencia en materia de exportación de este mismo producto es: Colombia. Estados Unidos de América, Italia y Dinamarca son los principales exportadores de grasas y aceites de esta índole a nivel mundial. Un punto importante es que Perú es proveedor de estos mercados (Trademap 2016) Actualmente no existe una partida arancelaria específica para el aceite de Sacha Inchi, sin embargo de acuerdo al uso que se le da a este producto puede clasificarse bajo la siguiente Subpartida nacional de grasas y aceites N°:1515900090 (Ver anexo 11) ; cabe resaltar que el aceite de Sacha Inchi ha sido el más valorado y exportado por su alta concentración de Omega 3 en los últimos años por lo que , según Agroindustrias Amazónicas (2014): “El aceite de Sacha Inchi es el más rico en ácidos grasos insaturados (93%). Con 48% de Omega 3, contribuye al equilibrio del colesterol, principal causa de mortalidad en el mundo”.

Para ProFound (2008, p. 3) existen factores que influyen en la competitividad exportadora del aceite de Sacha Inchi peruano: “El Sacha Inchi es una planta perenne oleaginosa nativa de la región amazónica del Perú [...]. La planta puede crecer en el clima amazónico con temperaturas que van de 10 a 36 grados”.

Así mismo Según la Agencia Agraria de Noticias (2014), el Perú exportó 300 toneladas generando un ingreso de US\$ 3.5 millones que se denotaron en el año 2013, entre aceite y harina de Sacha Inchi; el cual fue informado por el presidente de Agroindustrias Amazónicas, José Anaya Yábar.

Las exportaciones peruanas de sachá inchi hacia el mundo han aumentado en poco más de 200% su valor en los últimos cinco años. Canadá fue el primer mercado de destino con US\$ 672 mil (27% de participación), seguido por EE.UU. con US\$ 511 mil. Cabe resaltar, además, que más del 50% del total de las exportaciones de este producto se hace bajo la presentación de aceite. Lima fue la región que registro mayores envíos (60% del total), seguida de San Martín y Cusco (31% y 5% de participación, respectivamente).

Si bien es cierto, los exportadores peruanos tienen una gran oportunidad dado el gran margen de crecimiento de este producto en el mercado internacional y la tendencia en alza de estos consumidores de tener como opción una mejor calidad de vida a través de la nutrición de calidad pero para maximizar esta oportunidad, es fundamental que los exportadores aporten valor agregado a las utilidades que tiene el aceite de sachá inchi para adaptar su oferta a las exigencias de los consumidores y convertirse así en un proveedor de referencia.

Se debe señalar que una de las características del funcionamiento del canal de distribución de aceite de sachá inchi en el Perú, es que este no requiere un proceso de refinamiento cuando va dirigido al mercado de alimentos, lo que hace que su cadena sea relativamente más corta respecto a la de otros aceites vegetales.

1.2. Trabajos Previos

Páez (2015), en su tesis de licenciatura “Desarrollo del branding plan para el lanzamiento de productos con Omega 3, en el distrito metropolitano de Quito, Caso: Sacha – Inchi” de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, estableció como objetivo general conocer mejor el mercado objetivo de Sacha Inchi, determinar en qué derivado concentrar el branding plan y cómo éste producto se debería manejar para la fidelización de nuevos consumidores, para los cuales se implementara el

estudio de mercado. Asimismo, el autor empleó la investigación exploratoria o cualitativa y un diseño de investigación experimental. Finalmente, concluyó que se desarrolló un branding plan para un aceite de mesa con sachá inchi, incluyendo todas las estrategias necesarias para su implementación de tal modo que realizó una profunda investigación de mercado para determinar las necesidades implícitas, preferencias y percepciones del mercado potencial y cuál debería ser la ventaja competitiva del producto con Sachá Inchi. Lo que se puede recalcar de esta investigación es que a través del Branding plan para el lanzamiento de productos que contengan Sachá Inchi en el Distrito Metropolitano de Quito se puede lograr la fidelización de nuevos consumidores debido a que en este país el conocimiento sobre esta semilla era muy escaso.

Briones (2014), en su tesis de licenciatura “Estudio de factibilidad para la industrialización de un aceite de alta calidad nutricional y medicinal extraído del sachá inchi” determinó el objetivo general de establecer la factibilidad económica y financiera de la industrialización de un aceite de alta calidad nutricional y medicinal extraído del sachá inchi. Asimismo, el autor empleó la investigación descriptiva y un diseño de investigación experimental. Finalmente, concluyó que la producción de aceite de sachá inchi se muestra como una interesante alternativa saludable para el país de Ecuador y competitiva en el contexto de la industria aceitera, además que el consumidor adquirirá este producto siempre que sea de calidad y el precio oscilará entre los \$7.00 y \$8.00 como máximo. Esta investigación nos permite comprender la importancia de la producción del aceite de sachá inchi y despertar el interés de muchos sectores con respecto a este aceite ya que su consumo está siendo cada vez más demandado por ser un producto saludable y por su gran rendimiento nutricional a diferencia de otras semillas oleaginosas como la oliva, la canola, el girasol, el maní y la palma además que el mercado potencial puede percibir una equivalencia entre calidad y el precio por lo que estaría dispuesto a adquirir el producto, el cual es un gran aporte para el sector económico. Núñez y Ybañez (2014), en su tesis de maestría titulado “Análisis de la ventana de oportunidad del mercado canadiense y su influencia en las exportaciones peruanas de Sachá Inchi” de la Universidad Privada del

Norte, desarrollo una investigación de tipo descriptiva no experimental transversal; cuyo objetivo fue construir un perfil general del consumidor canadiense y las características de preferencia, en lo que a la alimentación se refiere, de productos orgánicos, provenientes de comercio justo, y funcionales, que otorguen los mayores beneficios a la salud. Afirmando también que el precio es un factor clave, ya que este debe estar acorde al producto y calidad proporcionada, si estos factores se cumplen, el sachá inchi logrará el éxito en el mercado canadiense; también se refiere a la ventana de oportunidad del mercado canadiense que ha permitido una evolución positiva para las exportaciones peruanas de productos a base de sachá inchi durante el periodo 2008-2012 y que se mantendrá esta tendencia en crecimiento para dichas exportaciones. Concluyó de esta manera, afirmando que la ventana de oportunidad del mercado canadiense influirá de manera positiva incrementando las exportaciones peruanas de sachá inchi en el año 2014 , que las exportaciones peruanas de sachá inchi al mundo han experimentado un crecimiento de 407% durante el periodo 2008-2012 y que el número de empresas exportadoras de productos a base de sachá inchi hacia Canadá durante este periodo ha mostrado un constante crecimiento debido al incremento en la demanda de dicho mercado.

Armijos (2014), en su Tesis de maestría titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de aceite comestible a base de planta Sacha Inchi y su comercialización en la provincia de Orellana” de la Universidad Nacional de Loja, desarrolló una investigación de tipo descriptiva ; cuyo objetivo fue lograr la aceptación en virtud de las tendencias actuales de los consumidores que prefieren adquirir productos con propiedades beneficiosas y que no afecten la salud además de crear plazas de trabajo , contribuyendo en forma directa a disminuir el desempleo del sector a través del proceso de evaluación se concluye que el proyecto es rentable .

Medina (2014), en su tesis titulado “Elaboración y comercialización de mascarilla capilar a base de aloe vera y aceite de Sacha Inchi en el centro de la ciudad de Babahoyo” para obtener el titulado de maestría de la Universidad de Guayaquil, desarrolló una investigación de tipo descriptiva

; cuyo objetivo fue idear la comercialización y elaboración de un producto para el cuidado del cabello a base del aceite de sachá inchi y el aloe vera por lo consecuente para la elaboración de ese proyecto elaboró un plan de negocios para estimar costos, tener la idea de cómo y cuanta acogida tendría en el mercado mediante las respectivas encuestas y otros análisis de investigación. Finalmente consideró que el plan de negocio es viable y rentable por lo que tendrá buena aceptación haciendo el marketing correcto para que todas las personas conozcan los beneficios del producto.

Reca (2013) en su artículo titulado “Tendencia dinámica en los mercados globales de aceites y grasas”; llegó a la conclusión que hay un ajuste en los precios relativos de oleaginosas y de productos, y que a su vez, hay márgenes cada vez más determinados por el precio del aceite. Por su parte la palma presenta oportunidades de crecimiento respecto al efecto de uso de alimentos; en términos de biodiesel, creciente en sus exportaciones; Por tal motivo hay una oportunidad en cuanto a abastecimiento de economías en desarrollo y de la Unión Europea, considerando la mayor oportunidad centrada en el mercado americano, en el desplazamiento de los ácidos trans. y luego como proveedor de aceites para el mercado de biocombustibles.

Moral, Lanzas y Cuadros (2012) en su artículo titulado “Adaptación de las exportaciones españolas del aceite de oliva a la demanda mundial”; llegó a la conclusión que la economía española presenta una clara especialización en la producción de aceite de oliva, teniendo origen de más del 46 por 100 de todo el aceite de oliva que se produce a nivel mundial. La oferta de aceite de oliva en el mercado mundial mantiene una tendencia creciente, por consiguiente, la creciente internacionalización que presenta el sector productivo español a pesar de la crisis económica que registran los principales socios comerciales de España en los últimos años, no ha afectado la exportación de aceite de oliva ya que está ha registrado un aumento de su protagonismo en el mercado mundial y una creciente proyección exterior por parte de su producción.

Benito (2011), en su tesis titulado “Propuesta de una estrategia comercial para incrementar el consumo doméstico del aceite de Sachá Inchi en la

Región San Martín”, para obtener el grado de maestría en la Universidad Nacional de San Martín, desarrolló una investigación de tipo descriptiva; cuyo objetivo es identificar el nivel de consumo del aceite de Sacha Inchi a través de una técnica de encuesta donde se aplicaron los métodos comparativos, dialéctico, inductivo y deductivo. Se puede destacar que los principales clientes presentan buena capacidad adquisitiva así también los efectos en el desarrollo socioeconómico de la Región San Martín de consumir el aceite de Sacha Inchi tienen una influencia positiva en la salud del poblador de este modo se concluye que el Sacha Inchi es un cultivo alternativo para generar ingresos económicos, empleos en la agricultura y agroindustria, mejorando de esta manera el estándar de vida de la población Sanmartinense.

Do Prado (2014, pp. 97 – 99) en su tesis de maestría “La utilización de tecnología de fluidos supercríticos y subcríticos para el procesamiento de casco de linaza”, desarrolló una investigación descriptiva; en una traducción libre, finalizó concluyendo que las semillas de lino y Sacha Inchi se encuentran entre las fuentes más importantes de ácidos grasos omega-3 en el mundo. La extracción de fluido súper / subcrítico se realiza utilizando Dióxido de carbono (CO₂) y / o agua generalmente considerado como Seguro (GRAS), estos muestran un gran potencial con nuevos datos sobre el equilibrio de fases para el Sacha Inchi por lo que el aceite de semilla en CO₂ se midió con un volumen variable, un sistema de equilibrio de fase celular a temperaturas de 303, 313 y 323 K y presiones que van desde 4,3 hasta 27,7 MPa. La fracción molar de CO₂ varió desde 0,7488 hasta 0,9997. El aceite de Sacha Inchi contiene 47% de grasa omega-3 Ácidos, con una relación de 0,76: 1 para ω -6: ω -3, que es bueno para la salud humana.

Crop Science (2012), en su artículo titulado “Leaf Photosynthesis, Growth, and Seed Chemicals of Sacha Inchi Plants Cultivated Along an Altitude Gradient”; en una traducción libre, llegó a la conclusión que son los efectos de la elevación y de la estación cuales fueron pronunciados sobre los rasgos como la fotosíntesis foliar, la biomasa y el rendimiento para la calidad de las plantas Sacha Inchi; con valores similares en la estación húmeda entre los gradientes de elevación, la tasa fotosintética disminuyó

con el aumento de la temperatura en la estación fresca y seca. La producción de biomasa vegetal y el rendimiento de la fruta fueron más altos a altitudes más bajas y disminuyeron dramáticamente por encima de 900 m, lo que puede atribuirse a una limitación de la fuente C del crecimiento, para disminuir la asimilación anual del dosel; sin embargo, con un aumento de la elevación, las semillas presentaron mayor UFA. El Sacha Inchi podría ser útil para el cultivo en regiones más frías porque el crecimiento reproductivo es adaptado a elevaciones elevadas. Las tendencias de la calidad de las semillas van cambiando a lo largo de la temporada, con el contenido de Linoleico y UFA con los valores más altos en la estación fría.

1.3. Teorías Relacionadas al tema

1.3.1. Comercio Internacional

A. Definición

No existe ni una sola nación que pueda auto considerarse autosuficiente y capaz de salir adelante económicamente sin la necesidad o apoyo de los demás países, hasta las naciones más importantes y globalizadas en todo el contexto de la palabra necesitan de recursos de los cuales carecen y que por intermedio de las negociaciones y acuerdos mundiales que existen han podido eliminar las carencias y fortalecer supliendo sus necesidades. Debido a su importancia hay muchas definiciones de autores y pensadores que hablan de este tema.

Gil (2014, p. 12), define el comercio internacional como: “la transacción de bienes y servicios entre los distintos estados y regiones que componen la comunidad internacional”

Para Sierralta (2014, p.31) el comercio internacional es “la obtención de bienes para satisfacer las necesidades de una población o de estados, mediante la apertura de fronteras, así como la eliminación de barreras comerciales para poder impulsar dicho intercambio”.

Zambrana (1995, p. 13) el comercio internacional se define como “el movimiento de bienes y servicios a través de las fronteras nacionales; es decir, las importaciones y exportaciones de los

países”.

Ballesteros (2001, p 11) define el comercio internacional como:

[...] el comercio internacional es aquella actividad económica basada en los intercambios de bienes, capitales y servicios que lleva a cabo un determinado país con el resto de los países del mundo, regulado por normas internacionales o acuerdos bilaterales.

Para Mercado (2013, p. 26) el comercio internacional se define como “la introducción de productos extranjeros a un país y la salida de estos a otros países, integran lo que se denomina comercio internacional”.

Arroyo (2011, p.23) manifiesta que el comercio internacional es “la producción de bienes y servicios que se producen en diferentes países y que se establecen precios de compra y venta mediante negociaciones para satisfacer las necesidades del país importador” Por tanto, se puede observar que la ventaja mutua que nos ofrece el comercio internacional para que los individuos comercialicen la utilidad de bienes y servicios que poseen aumentarán cuando estos sean intercambiados por algo que puedan ofrecer los demás; por lo que la idea fundamental del comercio en general no nace del beneficio de una parte por otra si no de las ventajas y mejoras obtenidas por ambas partes.

B. Dimensiones

El comercio internacional, para efectos de esta investigación, se ha desagregado en exportación e importación.

Lerma (2010) manifiesta que la exportación “corresponde a la venta de los productos (bienes y servicios) originarios de un país a clientes situados en otro país” (p.7)

En este orden Caballero, Padín y Contreras (2012) sostienen que “la importancia de la exportación se da: A medida que el volumen de negocio avanza, se empieza a prestar atención a esta actividad, llegándose, incluso, a crear un departamento dedicado exclusivamente a la exportación (p. 17)”.

Además, Pérez (2000), sostiene que:

La exportación es una de las muchas actividades de expansión comercial de toda empresa. Por lo mismo, es similar a la búsqueda

de nuevos clientes en la propia ciudad, en la región o en la otra extremidad del país. La diferencia es que en este caso se traspasan las fronteras nacionales, se manejan monedas y cuentas internacionales [...]. Para la empresa, las exportaciones brindan la oportunidad de hacer economías de escala, al ensanchar sus mercados y atender clientes de otros países. (pp. 132-133).

Vásquez y Madregal (2010) definen exportaciones como “valor representativo de las mercancías producidas en el país y que se venden en el exterior” (p.19).

Daniels, Radebaugh y Sullivan (2010) sostienen que la exportación “Se refiere a la venta de bienes o servicios producidos por una empresa localizada en un país a cliente que residen en otro país” (p.491).

Bradley y Calderón, consideran que la exportación implica la comercialización de un producto a un mercado distinto al mercado en donde ha sido producido. (2007, p. 263).

Castro (2008, p. 109) nos define que la exportación es considerada como la salida de mercancías del territorio aduanero nacional hacia una nación extranjera o hacia una zona franca industrial de bienes y/o servicios, para permanecer en ella de manera definitiva.

Con todo esto, podemos decir que la exportación es simplemente la salida de un producto de un determinado país a otro. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un estado, llegando a la conclusión que las empresas exportan para ser competitivos en el mercado y para generar más utilidades e ingresos.

Por otro lado, tenemos el término importación como parte del comercio internacional.

Daniels, Radebaugh y Sullivan (2010) sostienen que importación es “la compra de bienes y servicios por parte de una empresa localizada en un país a vendedores que residen en otro” (p.491).

Macías et al (2012, párr. 2) menciona que importar es: “[...], comprar bienes o servicios producidos y vendidos por un país diferente”

Hernández (2013, p. 267), menciona que “La actividad importadora

requiere de esmero, pues significa mucho más que solo comprar en el extranjero. En realidad, implica varios pasos a seguir, los cuales deben estar adecuadamente articulados para que el proceso se lleve a cabo de forma limpia y sin contratiempos” Lerma (2010) agrega que importación es “la compra de bienes o servicios a un proveedor originario de un país distinto al del comprador” (p.7)

Asimismo, para Aduanas (2013) sostiene que: “La importación consiste, por tanto, en transacciones de bienes y servicios desde un país extranjero a nuestro país [...]”.

Para Le Pan (1976, p. 18):

[...] la importación es una operación por la que un producto de origen y de procedencia extranjera se dedica al consumo interior de un territorio aduanero, previo pago de los derechos de aduana, de los impuestos sobre la cifra de negocios y del pago de su importe en divisas extranjeras o en divisas nacionales transferibles.

Por estas razones, cabe recalcar que dichas acciones, tanto exportar como importar son parte fundamental del comercio internacional.

Además, cabe señalar que si las empresas exportadoras del Sacha Inchi logran ventajas de internacionalización a través de las exportaciones y a su vez ventajas de localización de estos a través de licencias para su comercialización lograra una inversión directa por lo que las exportaciones y licencias lograra un target de ventajas de propiedad y beneficios para la empresa diferenciándose de su competencia.

C. Indicadores

Para medir la variable exportación, utilizare los siguientes indicadores: volumen de exportación, valor de exportación y precio de exportación.

Márquez, Martínez, Pérez y Wilmsmeier (2007, p.83) definen volumen de exportación como “peso total en toneladas de los flujos exportados en contenedores a cada país de destino específico”.

Así mismo, es un indicador que permite conocer las cantidades importadas o exportadas respecto a un año base (INEI, 2013, p. 7).

En otras palabras; el volumen de exportación es el espacio que ocupa una mercancía tanto como su alto, largo y ancho, igual al número de unidades que va a ser llevado al exterior.

Hinkelman (2011, p.575) define el valor de exportación como “valor pagado o por pagar de una mercancía”

Así mismo, mide la evolución de los valores corrientes de las exportaciones e importaciones de un periodo con relación a un periodo de referencia (INEI, 2013, p. 7).

Es así que, podemos decir que el valor de exportación es determinado al multiplicar el precio de exportación por el volumen de exportación. De esta forma, cuando queramos calcular el valor de exportación del aceite de Sacha Inchi peruano en un periodo determinado, tendremos que multiplicar el precio de exportación del aceite de Sacha Inchi por su volumen exportado en dicho periodo. Por ende, la cantidad y el valor que se estima exportar se basa en recopilar información del probable país comprador como sus países de origen, la cantidad consumida del producto objetivo, la participación de los abastecedores respecto a su evolución y el precio ofrecido. Así mismo, la tendencia de la producción y el volumen del país importador son factores importantes de revisar y la consecuencia de los productos del país de destino, indagando las tendencias del mercado (Mendoza, 2005).

Méndez (2012), El precio de exportación es la “Estimación cuantitativa de un producto o servicio en unidades monetarias, y dependerá del valor percibido por el consumidor, y el Incoterm elegido”. (p. 3).

Por lo que, el precio de exportación expresa la aceptación o no del consumidor del conjunto de atributos del producto, en relación a la capacidad que tiene el producto para satisfacer sus necesidades. El cliente “debiera “estar dispuesto a pagar más (Méndez, 2012, p. 3).

Además, (Mincetur, 2013, p. 3) El precio de exportación es el “Valor monetario que se le pide al importador a cambio de un bien exportado, asimismo determina la rentabilidad y sostenibilidad de

la empresa exportadora”.

Sotomayor (2003), sostiene que “El precio de exportación es el precio pagado o por pagarse, habiendo sido fijado en la compraventa internacional celebrada y que da valor de los productos que son exportados, pudiendo ser FOB, entre otros ya que existen varios Incoterms” (p. 28).

Por otro lado, para medir la variable importación, utilizare los siguientes indicadores: volumen de importación, valor de importación y precio de importación.

Aleksink (2012, p. 191) define el precio de importación como el “valor monetario que tiene una unidad importada”. Se puede expresar entonces, que el volumen de importación es el número de unidades que se importa e ingresan a un territorio nacional.

Para el BCRP (2011, p. 214) los volúmenes de importaciones son: “Las Importaciones expresadas en una medida [...] de valor (toneladas p.ej.)”

Vásquez y Madregal (2010) se define valor de importación como “valor pagado o por pagar de mercancías que se adquieren de otros países” (p. 20).

D. Teoría del Comercio Internacional

Las teorías del comercio internacional están elaboradas principalmente para ofrecer una visión de conjunto, al mismo tiempo actualizada y accesible, de las diferentes hipótesis propuestas por la teoría económica con el fin de intentar explicar el cómo y el porqué de los intercambios internacionales de bienes y servicios. Entre las teorías de estudio tenemos: La teoría del mercantilismo, la teoría de la ventaja absoluta y la ventaja comparativa.

Mun (1996, p.58) en su postulado del mercantilismo ingles hace referencia a que “la riqueza y el tesoro de una nación se derivan principalmente del comercio, con una balanza comercial favorable: vender más anualmente a los extranjeros en valor, de lo que consumimos de ellos”.

Para Smith (1776, p.271), la ventaja Absoluta:

Los países se especializan en exportar aquellos bienes sobre los que tienen una ventaja absoluta y a importar los bienes sobre los cuales el socio comercial tiene una ventaja absoluta. Un país tiene ventaja absoluta con relación a otro país cuando produce un bien, utilizando para tal efecto menor cantidad de recursos que utiliza el otro país.

En Base a la teoría de Smith, cada país podría especializarse en la producción de aquellos productos en los que tiene ventaja absoluta, es decir en aquellos productos en los que utilice menos recursos (de trabajo) que los que utiliza el otro país para producir un mismo bien, según Cornejo (2009, p.36).

En tal sentido se podría decir que, si tomamos en cuenta los costos, es decir, mientras un país produzca un mismo bien que otro país, y este genere menores costos de producción entonces se estará hablando de que el primer país tiene una ventaja absoluta por encima del otro país.

La teoría de la ventaja comparativa fue propuesta por Ricardo (1866, p. 193) donde sostiene que:

Es posible obtener una ventaja mutua como resultado del comercio entre dos países, aun cuando solo uno de los participantes tenga la ventaja absoluta en la producción de todos los bienes que van a ser comercializados. Un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien, en relación con otro país, cuando puede producirlo a un menor costo que en el otro país. Por lo tanto, cuando los países se especializan en la producción de los bienes o servicios en los que tienen una ventaja comparativa, aumentan al máximo producto combinado y distribuyen sus recursos de manera más eficiente.

Palma (2010, p. 98) interpreta lo mencionado por David Ricardo de la siguiente manera:

Un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien cuando para producirlo se hace un uso intensivo de los factores que son abundantes en dicha economía, [...] las economías que son abundantes en mano de obra tendrán ventaja comparativa.

Es así que, David Ricardo decía que “[...] es el costo (del trabajo) relativo o comparativo de las mercancías en cada país, en lugar de los costos absolutos, lo que determina el valor en los intercambios

internacionales”. (Instituto Profesional Esucomex, 2014, p. 4)

1.3.2. Competitividad

A. Definición

Para Lerma y Marquéz (2010) la competitividad “significa la posibilidad de triunfar sobre costos oferentes cuando, al confrontar los productos sustitutos, se tiene alta probabilidad de salir favorecidos por la compra del consumidor” (p.38).

Araoz (2005): “Cuando hablamos de competitividad, nos referimos al conjunto de factores, políticas e instituciones que de manera sistémica determinan el nivel de productividad del país, el determinante clave del crecimiento económico y, por consiguiente, de la calidad de vida que una economía puede lograr para sus ciudadanos” (p. 36).

Fernández, Montes y Vásquez (1997, p. 10),

La competitividad es pues una exigencia impuesta por el dinamismo tecnológico y la globalización de la competencia. Es un concepto relativo que debe restringirse a aquellos sujetos que actúan en competencia o rivalidad con otros y se aplica, en primer lugar, a un sector productivo o a un país con el significado de que las empresas que operan en ese sector o con esa nacionalidad alcanzan un alto grado de competitividad en el contexto internacional.

Hernández (2000, p. 23) sostiene que:

“[...] competitividad es la capacidad de las empresas de vender más productos y/o servicios y de mantener o aumentar su participación en el mercado, sin necesidad de sacrificar utilidades. Para que realmente sea competitiva una empresa, el mercado en que mantiene o fortalece su posición tiene que ser abierto y razonablemente competido.”

Para Rodríguez (1993, p. 23) manifiesta que “la competitividad es una medida de la eficiencia económica que resulta de la capacidad para utilizar inteligentemente los recursos disponibles.”

B. Indicadores

Para medir la variable Competitividad, utilizaremos los indicadores: Productividad y Costo Unitario de Producción.

Álvarez (2008, párr. 3), define a la productividad como el resultado del número de unidades producidas por la unidad de tiempo.

Daniels, Radebaugh y Sullivan (2010) consideran que “la productividad mide el rendimiento con que se producen los bienes y servicios” (p. 160).

Méndez (2007, p. 336), menciona que:

Al hablar de productividad, se debe considerar que el empresario actúa de manera racional, por lo que busca la máxima eficiencia en la función de producción y en la combinación de factores productivos que le permitan elevar está. Desde el punto de vista microeconómico, la productividad es una forma de medir la eficiencia empresarial.

López (2012, p. 16) sostiene que: “La cultura y la civilización, son el contexto humano de la productividad; conociendo sus principales diferencias de estas vertientes de la humanidad, se entiende el sentido de la moral y de la ética.”

Sepúlveda (2004) menciona que producción es: “Toda actividad del hombre que, a través de un proceso de transformación de insumos, materias primas recursos naturales, obtiene bienes y servicios que sirven para satisfacer las necesidades humanas”. (p. 150)

En cuanto a la producción del aceite de Sacha Inchi las empresas exportadoras deben actuar con el compromiso de mantener la participación actual del mercado , de aumentar la capacidad de producción a fin de satisfacer el crecimiento de la demanda y Proporcionar por adelantado información acerca de un nuevo producto o nueva tecnología o los planes de introducir nuevas presentaciones de este producto , esperando que los retadores retrasen sus movimientos hasta que confirmen las acciones anunciadas.

Para Cruz (2014, p. 8) el costo unitario es “[...] el valor de un artículo en particular. Se obtiene dividiendo el costo total de producción (suma de los costos fijos y variables) por la cantidad total producida”.

De tal forma que el costo unitario de producción es referido al costo de una unidad producida.

Sepúlveda (2004) define al costo unitario de producción como el costo en el que incurres para producir una unidad de un bien (p.

58).

Ibáñez y Caro (2000, p. 30), sostienen que: Otra posibilidad sugerida en la literatura es analizar la competitividad en función del costo unitario. En este caso, el índice relevante será la relación de costo unitario relativo de manera tal que la industria que tenga un costo unitario menor al promedio será competitiva, obteniendo mayores ganancias y recursos para crecer, mejorar su tecnología y participación de mercado.

Rouco y Martínez (1997, p. 231) en su libro nos explica que, si aumentan los costos en la producción de un bien, la oferta de este disminuirá.

Por lo que para este trabajo de investigación se ha utilizado como otro indicador al costo unitario de producción, ya que, con este, se sabrá cuánto cuesta producir cada unidad del producto.

C. Teoría de la Competitividad

Entre las teorías para el estudio tenemos: La ventaja comparativa, la ventaja absoluta y la ventaja competitiva.

Ricardo (1817, p.54) nos plantea de acuerdo a su teoría de la ventaja comparativa:

Un país comercia con otros países aun cuando sea absolutamente más eficiente o más ineficiente en la producción de todos los bienes, los países se especializan en la producción de los bienes que pueden fabricar con un costo relativamente menor.

Parkin (2006, p. 43) nos plantea de acuerdo a su teoría de la ventaja absoluta que:

Una nación tiene una ventaja absoluta cuando puede producir más bienes a partir de una cantidad específica de recursos que cualquier otra nación, [...] es el resultado de diferencias en la productividad, ya que cuenta con mejor tecnología, más capital o mejores capacidades.

Castro (2008, p. 84) nos menciona que la ventaja competitiva es permanecer en el tiempo, con un conjunto de recursos y capacidades que mantengan su vida útil en el mercado.

1.4. Formulación del Problema

1.4.1 Problema General

¿Cómo ha sido el comercio internacional y la competitividad de las

grasas y aceites durante el periodo 2008-2016?

1.4.2 Problemas Específicos

1. ¿Cómo ha sido la exportación mundial de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016?
2. ¿Cómo ha sido la importación mundial de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016?
3. ¿Cómo ha sido la competitividad de la exportación peruana de las grasas y aceites durante el periodo 2008 - 2016?

1.5. Justificación del estudio

Para Hernández (2010, p.40): “Es posible establecer criterios para evaluar la utilidad de un estudio propuesto, los cuales, evidentemente son flexibles y de ninguna manera exhaustivos”.

Existen cinco criterios formulados como preguntas adaptadas por Miller y Salkind (2002) en el que a mayor número de respuestas se contesten de forma positiva y satisfactoria, la investigación tendrá mejores bases para ser justificada; siendo estas por conveniencia, relevancia social, implicaciones prácticas, valor teórico y utilidad metodológica.

Por ende, esta investigación se justifica por razones prácticas, porque el resultado de la investigación tiene una aplicación concreta y se ha podido mostrar resultados tanto en el valor, como en el volumen de las exportaciones e importaciones, además ayudará a solucionar problemas para las empresas exportadoras peruanas de estas grasas y aceites como el de Sacha Inchi y mejorar la situación actual de las mismas para que sean competitivas.

Cabe mencionar que, esta investigación es importante cualitativamente para todos los microempresarios y/o empresarios peruanos del sector agroexportador, para aquellos interesados en comercializar este producto como el aceite de Sacha Inchi aprovechando sus bondades y ventajas comparativas.

En la parte cuantitativa se verá el ritmo de las exportaciones e importaciones anuales de los principales países tanto exportadores como importadores durante el periodo 2008-2016. Solo se tomará como indicadores de medición: valor, volumen y precio de exportación e importación de cada país, del cual obtendremos resultados de la

participación en el comercio internacional. Por otro lado, para saber que tan competitivo es el aceite de sachá inchi a nivel mundial, se analizará el nivel de productividad y los costos unitarios de producción que inciden en la producción del sachá inchi para su posterior extracción del aceite de sus semillas. Asimismo, se presenta una investigación con trascendencia tanto en las exportaciones por ser el Perú uno de los principales exportadores de grasas y aceites de esta índole, como en las importaciones por ser un bien requerido por muchos mercados internacionales.

Finalmente, esta investigación es viable porque hemos contado con los recursos humanos, económico y de información para poder llevarlo a cabo.

1.6. Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Determinar el comercio internacional y la competitividad de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016.

1.6.2 Objetivos Específicos

1. Determinar la exportación mundial de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016.
2. Determinar la importación mundial de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016.
3. Determinar la competitividad de la exportación peruana de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016.

1.7. Hipótesis

1.7.1 Hipótesis General

El comercio internacional y la competitividad de las grasas y aceites durante el periodo 2008 - 2016 han sido favorables para el Perú.

1.7.2 Hipótesis Específicas

1. La exportación mundial de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016 ha tenido tendencia positiva.
2. La importación mundial de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016 ha tenido tendencia positiva.
3. La exportación peruana de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016 ha sido competitiva.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

Según Hernández (et al., 2010) en un diseño no experimental: “Lo característico en este tipo de diseños es que no se hace una manipulación intencional de las variables independientes, sino que los fenómenos se estudian tal y como suceden en su ambiente natural”.

Por lo que la presente investigación tiene un diseño de investigación no experimental ya que no se manipulan las variables.

2.2 Variables, Operacionalización

Las variables utilizadas en la presente investigación son dos: Comercio Internacional y Competitividad.

La variable del Comercio Internacional se desagrega en dos dimensiones: Exportación e importación.

Para medir la exportación, se utilizó los siguientes indicadores: volumen de exportación, valor de exportación y precio de exportación.

Para medir la importación, se utilizó los siguientes indicadores: volumen de importación, valor de importación y precio de importación.

La variable Competitividad fue estudiada por los siguientes indicadores: productividad y costo unitario de producción

2.3 Población y muestra

En esta investigación no corresponde la distinción entre población y muestra porque los datos que vamos a utilizar ya existen, es decir, son datos ex post facto y son tomados de las diferentes publicaciones oficiales de Sunat, Ministerio de Agricultura, Agronet, Promperú, TradeMap, entre otras páginas.

2.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

En este caso no se requiere una técnica o instrumento especial de recolección de datos porque los datos son ex post facto.

En cuanto a la validez del contenido recurriremos a la opinión de tres expertos en el área. (Ver Anexo 02)

La confiabilidad no corresponde porque los datos ya existen.

2.5 Métodos de análisis de datos

El diseño de esta investigación es no experimental transversal descriptivo.

Por consiguiente, el método estadístico consiste en recopilar información estadística de todos los países que comercializan grasas y aceites en base a datos del TradeMap brindados por el CCI (Centro del Comercio Internacional).

Luego, se procede a la organización de dichos datos, de manera que se clasifica y selecciona a los principales exportadores e importadores de grasas y aceites de esta índole.

Al obtener dichos datos organizados serán agrupados en cuadros y tablas para poder presentarlos en gráficos de línea, gráficos de barra y gráficos circulares, para que finalmente se pueda describir dicha información a través de porcentajes y tasas.

2.6 Aspectos Éticos

La investigación fue realizada con honradez en cuanto a la recolección y el tratamiento de los datos; los resultados que correspondan y teniendo en cuenta el respeto a la propiedad intelectual.

III. RESULTADOS

3.1 Resultados sobre Comercio Internacional

En los anexos 3, 4 y 5 presentamos la exportación mundial de grasas y aceites (anexo 3 sobre el valor, anexo 4 sobre el volumen, anexo 5 sobre el precio).

A partir de dichos anexos y teniendo en cuenta la participación de cada país en el comercio mundial, resultó que los principales países exportadores de grasas y aceites de esta índole fueron Estados Unidos, Italia y Francia (entre los tres sumaron el 32.40% del total durante el período 2008 al 2016).

En el cuadro 3.1 presentamos el valor de exportación de los principales exportadores de grasas y aceites durante el periodo 2008-2016, expresado en miles de dólares americanos (US \$)

Cuadro 3.1. Valor de exportación de los principales países exportadores de grasas y aceites, 2008-2016, en miles de US \$

Años	Valor de exportación de:			
	EE. UU	Italia	Francia	Mundo
2008	352,062	74,415	54,876	1,124,787
2009	171,941	79,248	53,771	837,690
2010	176,768	84,260	58,099	934,279
2011	209,492	143,870	73,627	1,159,518
2012	158,612	142,129	78,924	1,270,002
2013	173,830	194,713	92,386	1,429,876
2014	136,639	212,351	98,087	1,544,388
2015	144,959	172,973	99,489	1,473,370
2016	170,313	136,420	110,875	1,506,918
Suma	1,694,616	1,240,379	720,134	11,280,828
%	15.02	11.00	6.38	32.40

Fuente: TRADE MAP

En dicho cuadro podemos apreciar el valor de exportación de Estados Unidos que decreció en el año 2009 de forma notable y volvió a tener un ligero crecimiento en el año 2010 y 2011, en el año 2012 ocurrió un declive volviendo el valor a crecer en el año 2013 y a disminuir el siguiente año, para el año 2015 las cifras crecieron nuevamente; por otro lado Italia ha registrado un crecimiento notable hasta el 2014 a excepción del año 2012 donde se observa una ligera disminución en contraste al 2011, desde el

2015 se ha venido registrando una disminución en el valor de exportación . En lo que concierne a Francia se puede observar que ha tenido un crecimiento secuencial en todo lo que va del periodo a excepción del año 2009 donde tuvo una ligera disminución en su valor a diferencia del año 2008; en cuanto a las exportaciones a nivel mundial decrecieron en el año 2009 y volvió a aumentar en el año 2010 y no fue hasta el año 2015 donde recién se registró una ligera disminución en el valor para volver a aumentar el siguiente año, tal como se ilustra en los gráficos 3.1. y 3.2.

Gráfico 3.1. Valor de exportación de grasas y aceites a nivel mundial, 2008-2016, en Miles de Dólares Americanos US \$

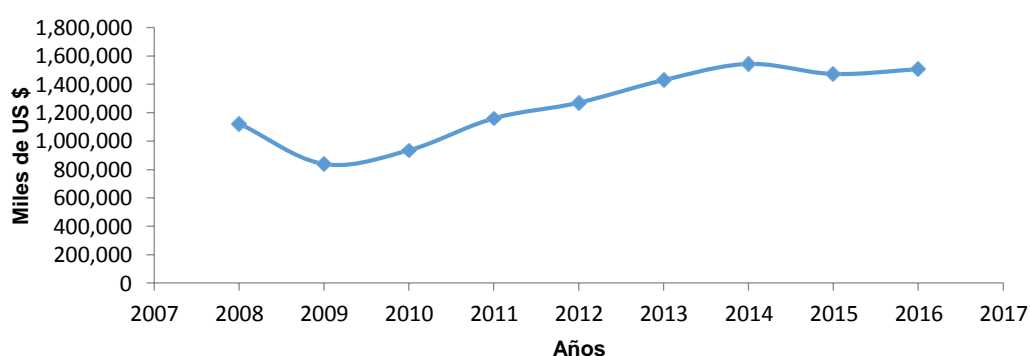
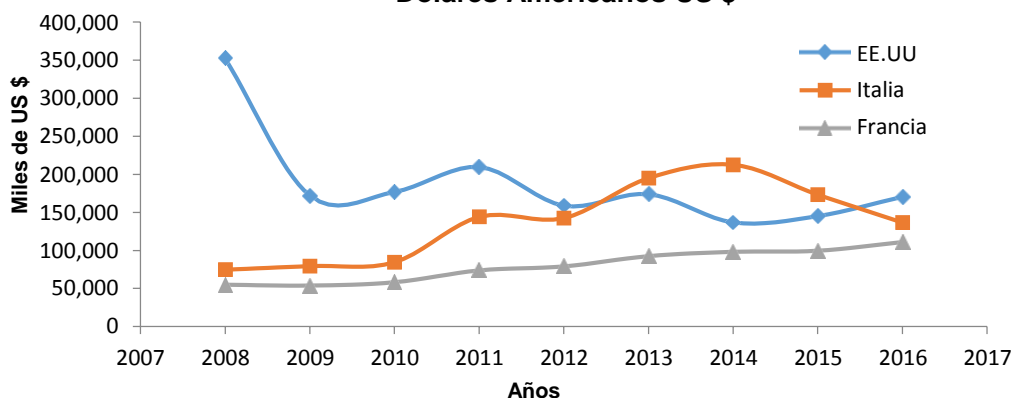


Gráfico 3.2. Valor de exportación de los principales países exportadores , de grasas y aceites, 2008-2016, en Miles de Dólares Americanos US \$



En dicho cuadro se observa que el valor de exportación de Estados Unidos, que es el principal exportador mundial de grasas y aceites durante el período 2008 al 2016, ha tenido varios altos y bajos, pero aun así sigue siendo el principal exportador de este producto. Lo destacable es que Estados Unidos aparte de ser considerado el primer exportador de grasas y aceites sigue atendiendo a su mercado interno con este mismo producto, es por ello que se podrían aumentar las ventas de estas grasas y aceites

de procedencia peruana a este destino. En lo que concierne a Italia ha tenido un crecimiento notable hasta el año 2014, los siguientes años ha venido registrando una ligera disminución; en lo que concierne a Francia ha tenido un crecimiento en el valor de exportación de forma secuencial a excepción del año 2009.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de exportación mundial vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 200000000 + 82102x$$

$$r^2 = 0.7649$$

Donde y es el valor de exportación

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el valor de exportación y el tiempo, con un buen nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.7649$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia positiva en el valor de exportación de grasas y aceites de esta índole a nivel mundial durante el periodo 2008 – 2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de exportación de Estados Unidos vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 300000000 + 15398x$$

$$r^2 = 0.423$$

Donde y es el valor de exportación

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el valor de exportación y el tiempo, con un bajo nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.423$), lo que se interpreta en el sentido que no existe tendencia en el valor de exportación de grasas y aceites de esta índole de Estados Unidos, durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de exportación de Italia vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 300000000 + 13937x$$

$$r^2 = 0.5712$$

Donde y es el valor de exportación

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el valor de exportación y el tiempo, con un moderado nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.5712$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia positiva en el valor de exportación de grasas y aceites de esta índole de Italia, durante el periodo 2008 – 2016. Si estimamos la línea de tendencia del valor de exportación de Francia vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 20000000 + 7664.8x$$

$$r^2 = 0.9646$$

Donde y es el valor de exportación

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el valor de exportación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste de la regresión a los datos expresados en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.9646$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia positiva en el valor de exportación de grasas y aceites de esta índole de Francia, durante el periodo 2008 – 2016.

En los anexos 3, 4 y 5 presentamos la exportación mundial de grasas y aceites (anexo 3 sobre el valor, anexo 4 sobre el volumen, anexo 5 sobre el precio).

A partir de dichos anexos y teniendo en cuenta la participación de cada país en el comercio mundial, resultó que los principales países exportadores de grasas y aceites en términos de volumen fueron Estados Unidos, Italia y Francia (entre los tres sumaron el 27.37% del total durante el período 2008 al 2016).

En el cuadro 3.2 presentamos el volumen de exportación de los principales exportadores de grasas y aceites durante el periodo 2008-2016, expresado en toneladas (tn).

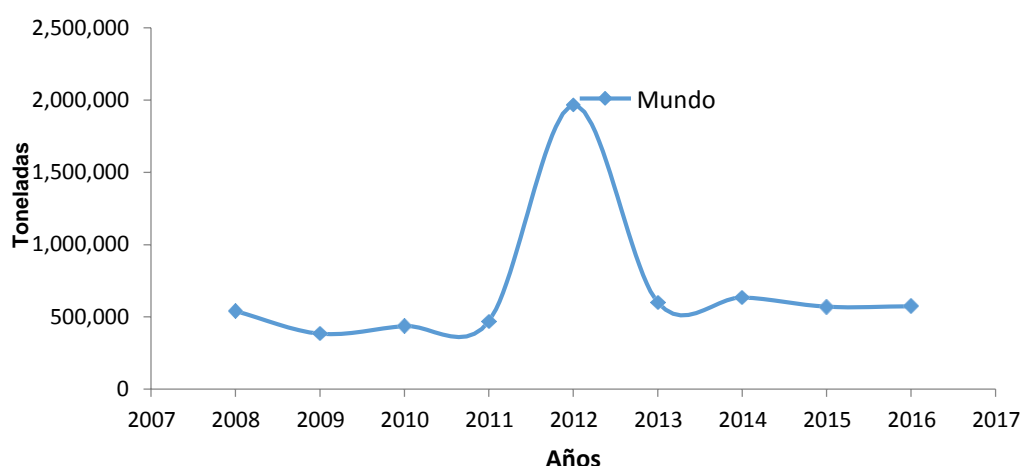
Cuadro 3.2. Volumen de exportación de los principales países exportadores de grasas y aceites, 2008-2016, en toneladas (tn)

Años	Volumen de exportación de:			
	EE. UU	Italia	Francia	Mundo
2008	188,702	20,334	13,634	541,972
2009	120,075	29,470	14,377	384,814
2010	119,589	29,916	14,803	438,007
2011	124,732	55,802	17,899	471,153
2012	99,594	54,006	17,877	1,967,806
2013	115,127	77,289	19,545	600,187
2014	83,194	86,564	19,489	635,582
2015	76,524	85,294	25,377	571,857
2016	104,005	54,454	25,618	575,169
Suma	1,031,542	493,129	168,619	6,186,547
%	16.67	7.97	2.73	27.37

Fuente: TRADE MAP

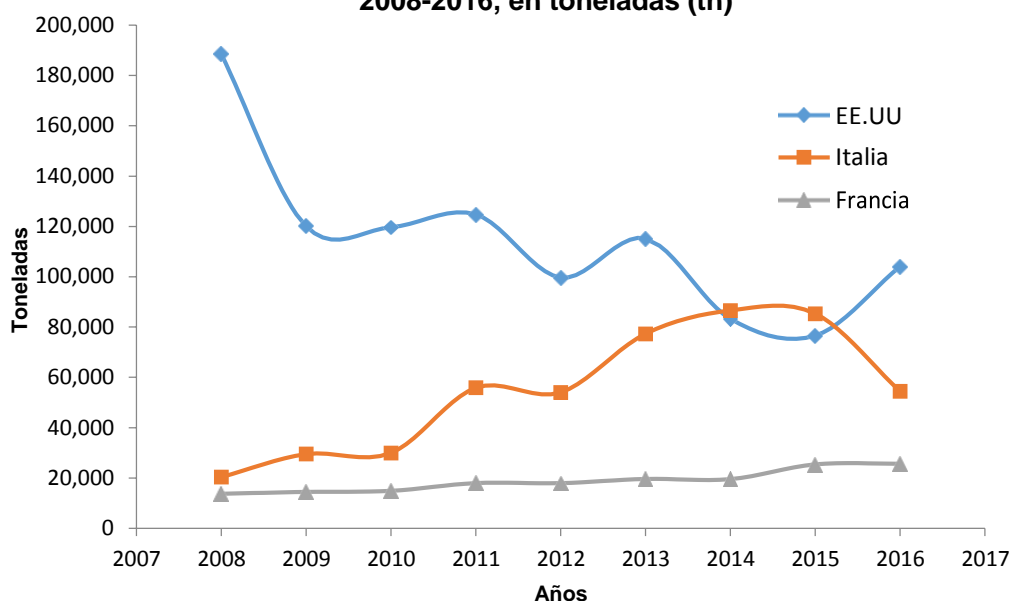
En dicho cuadro podemos apreciar que el volumen de exportación de Estados Unidos disminuyó en el año 2009, 2010, 2012, 2014 y 2015 teniendo unos ligeros aumentos en el año 2011, 2013 y 2016 a diferencia de su año anterior. En lo que concierne a Italia, se observa que ha ido creciendo paulatinamente hasta el año 2014 a excepción del año 2012, desde el 2015 se ha venido registrando una disminución en el volumen de exportación; en el caso de Francia se registra un aumento de forma gradual en todo lo que va del periodo con unas ligeras variaciones en el año 2012 y 2014; en cuanto al volumen de las exportaciones mundiales, éstas han tenido grandes variaciones como se observa en el año 2009 donde se registra una disminución a diferencia del año 2008 recuperándose en el año 2010 y registrando el mayor volumen de exportación en el año 2012, tal como se ilustra en los gráficos 3.3. y 3.4.

Gráfico 3.3. Volumen de exportación de grasas y aceites a nivel mundial, 2008-2016, en toneladas (tn)



El volumen de exportación de las grasas y aceites subió en el año 2011 debido a dos razones , la primera debido a que el principal país exportador es decir Estados Unidos se recuperó y aumento su cantidad exportada a diferencia del año 2010, teniendo en cuenta que tiene una participación del 16.67 por ciento; en segundo lugar debido a que el país de Ghana en el 2012 registro una cantidad exportada de 1,436,739 (tn) a diferencia de Estados unidos que siendo el principal país exportador de grasas y aceites solo exportó una cantidad de 99,594 (tn) , esto debido a que el país de Ghana gracias a la diversidad de sus recursos naturales, logro que su saldo comercial mejorara notablemente, ascendiendo a 4.749 millones de dólares logrando el superávit por cuenta corriente de 2012, logrando un valor exportado en 2012 de 154,979 (miles de USD) en grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias , por consecuente se vio reflejado a nivel mundial.

Gráfico 3.4. Volumen de exportación de los principales países exportadores de grasas y aceites a nivel mundial , 2008-2016, en toneladas (tn)



Estados Unidos se sitúa a la cabeza de la producción en grasas y aceites, destinando este producto a países como Yemen, Etiopía, Pakistán, Sudán, Canadá, así como también a otros mercados internacionales como Países Bajos, Malasia, Francia. Esta es la inmensa ventaja que tiene Estados Unidos frente a otros países exportadores del mismo producto, hablamos de la cercanía a los demás países consumidores de grasas y aceites. Algo similar sucede en el mercado de Italia y Francia la mayor parte de su producción de grasas y aceites son destinadas a mercados internacionales muy cercanos. Es decir, no se abastecen, ello es una gran oportunidad para poder aumentar el volumen de exportación de grasas y aceites de procedencia peruana a estos países. En referencia a Estados Unidos desde el año 2013 se ha presentado una gradual caída debido a factores externos que ocasionaron que su producción en esos años también se redujera, pero ha vuelto a recuperarse como se observa en sus registros del año 2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de exportación mundial vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 40000000 + 20302x$$

$$r^2 = 0.013$$

Donde y es el volumen de exportación

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el volumen de exportación y el tiempo, con un bajo nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.013$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia en el volumen de exportación de grasas y aceites de esta índole a nivel mundial durante el periodo 2008 – 2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de exportación de Estados Unidos vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 20000000 - 9197.3x$$

$$r^2 = 0.6026$$

Donde y es el volumen de exportación

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación inversa entre el volumen de exportación y el tiempo, con un buen nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.6026$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia decreciente en el volumen de exportación de grasas y aceites de esta índole de Estados Unidos, durante el periodo 2008 – 2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de exportación de Italia vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 10000000 + 7312.3x$$

$$r^2 = 0.6554$$

Donde y es el volumen de exportación

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el volumen de exportación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.6554$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia positiva en el volumen de exportación de grasas y aceites de esta índole de Italia, durante el periodo 2008 – 2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de exportación de Francia vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 3000000 + 1532.6x$$

$$r^2 = 0.9114$$

Donde y es el volumen de exportación

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el volumen de exportación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.9114$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia positiva en el volumen de exportación de grasas y aceites de esta índole de Francia, durante el periodo 2008 – 2016.

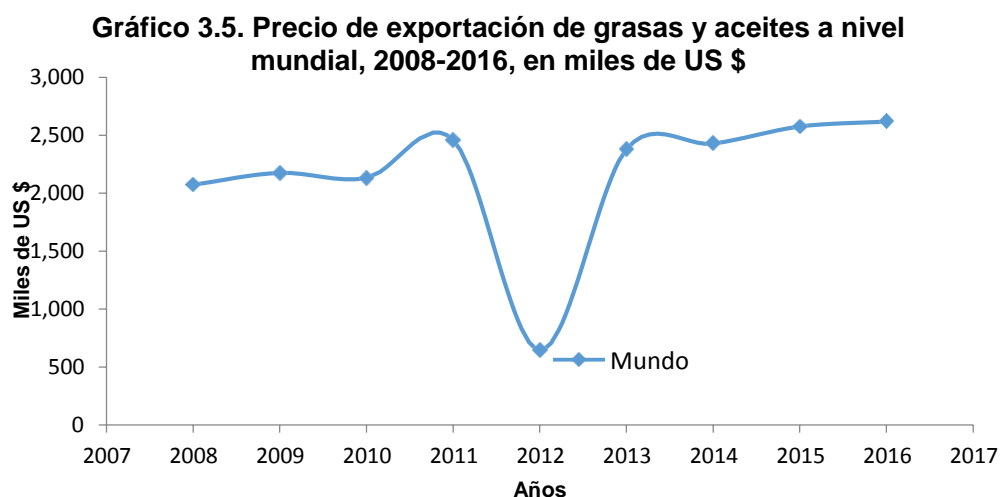
El cuadro 3.3 fue elaborado en base a el anexo 5, en el cual presentamos el precio de exportación de los principales exportadores de grasas y aceites durante el periodo 2008-2016, expresado en Miles de Dólares Americanos (US \$) por tonelada (Tn).

Años	Precio de exportación de:			
	EE. UU	Italia	Francia	Mundo
2008	1,866	3,660	4,025	2,075
2009	1,432	2,689	3,740	2,177
2010	1,478	2,817	3,925	2,133
2011	1,680	2,578	4,113	2,461
2012	1,593	2,632	4,415	0,645
2013	1,510	2,519	4,727	2,382
2014	1,642	2,453	5,033	2,430
2015	1,894	2,028	3,920	2,577
2016	1,638	2,505	4,328	2,620

Fuente: TRADE MAP

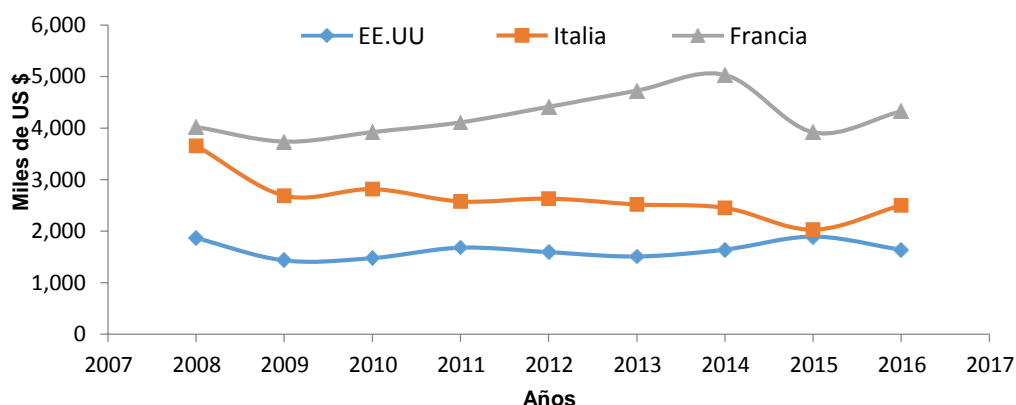
En dicho cuadro podemos apreciar que el precio de exportación de Estados Unidos disminuyó en el año 2009 y tuvo un crecimiento en el año 2010 y 2011, para el año 2012 se vuelve a registrar una disminución y es hasta el año 2014 donde vuelve a incrementarse, siendo el año 2015 el año donde se registra el precio de exportación más alto en lo que va del periodo , volviendo a disminuir el año 2016; con respecto a Italia ha tenido

subidas y bajas en su precio de exportación de forma paulatina hasta el año 2013 después se ha registrado una disminución secuencial hasta el año 2016 que ha vuelto a aumentar considerablemente; en el caso de Francia disminuyó en 2009 para subir paulatinamente en los siguientes años hasta el 2014 donde alcanzó su precio máximo durante el período estudiado, luego disminuyó en el 2015 y volvió a aumentar en el 2016. En cuanto al precio de las exportaciones a nivel mundial, se registró una disminución en el precio en el año 2010 a diferencia de los años anteriores pero volvió a aumentar en el 2011, en el año 2012 se registró la caída en el precio más significativa en lo que va del periodo esto debido al volumen de exportación que logro el país de Ghana , para el 2013 vuelve a aumentar de forma normal su precio de exportación y luego ha ido ascendiendo de forma secuencial, tal como se ilustra en los gráficos 3.5. y 3.6.



El precio de exportación en el mundo se vio afectado en el año 2009 debido a la crisis financiera; luego los años posteriores se pudo recuperar de la crisis para nuevamente bajar considerablemente en el año 2012, esto debido al superávit comercial del país de Ghana que al registrar grandes cantidades en su volumen de exportación influencio en el precio de las grasas y aceites, para el 2013 vuelve a recuperarse manteniéndose hasta el año pasado en un precio relativamente similar.

Gráfico 3.6. Precio de exportación de los principales países exportadores de grasas y aceites a nivel mundial, 2008-2016, en miles de US \$



En el año 2009 debido a la crisis financiera de Estados Unidos que tuvo sus inicios en el 2008 se registró un déficit, es decir, una caída en el precio de las exportaciones de Italia y Francia debido a que uno de sus principales compradores era EE. UU; en el año 2015 se puede apreciar un ligero decline en el precio de exportación a nivel mundial, cabe mencionar que esto se produjo a causa del bajo precio del crudo, subida del dólar y una limitada demanda de grandes importadores como China. El precio de Francia ha registrado ser el más elevado mientras que Estados Unidos e Italia han registrado tener un precio relativamente más bajo considerando a Estados Unidos como el que aún tiende a tener un precio ligeramente más bajo.

En los anexos 6, 7 y 8 presentamos la importación mundial de grasas y aceites (anexo 6 sobre el valor, anexo 7 sobre el volumen, anexo 8 sobre el precio).

A partir de dichos anexos y teniendo en cuenta la participación de cada país en el comercio mundial, resultó que los principales países importadores de grasas y aceites fueron Estados Unidos, Francia y Países Bajos (entre los tres sumaron el 24.33% del total durante el período 2008 al 2016).

En el cuadro 3.4 presentamos el valor de importación de los principales importadores de grasas y aceites durante el periodo 2008-2016, expresado en miles de dólares americanos (US \$).

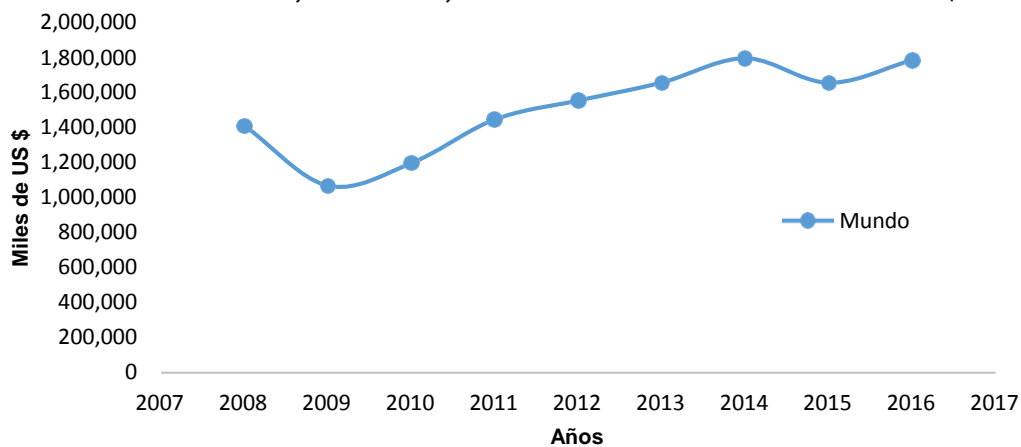
Cuadro 3.4. Valor de importación de los principales países importadores de grasas y aceites, 2008-2016, en miles de US \$

Años	Valor de importación de:			
	EE. UU	Francia	Países Bajos	Mundo
2008	80,759	100,641	84,139	1,414,189
2009	60,447	94,874	56,492	1,071,119
2010	79,632	106,087	58,212	1,200,894
2011	97,760	144,796	121,666	1,450,979
2012	120,147	148,051	101,268	1,559,037
2013	146,154	172,543	91,069	1,661,722
2014	173,547	182,871	118,943	1,800,862
2015	196,676	159,079	107,358	1,659,969
2016	224,385	171,120	112,909	1,789,767
Suma	1,179,507	1,280,062	852,056	13,608,538
%	8.67	9.41	6.26	24.33

Fuente: TRADE MAP

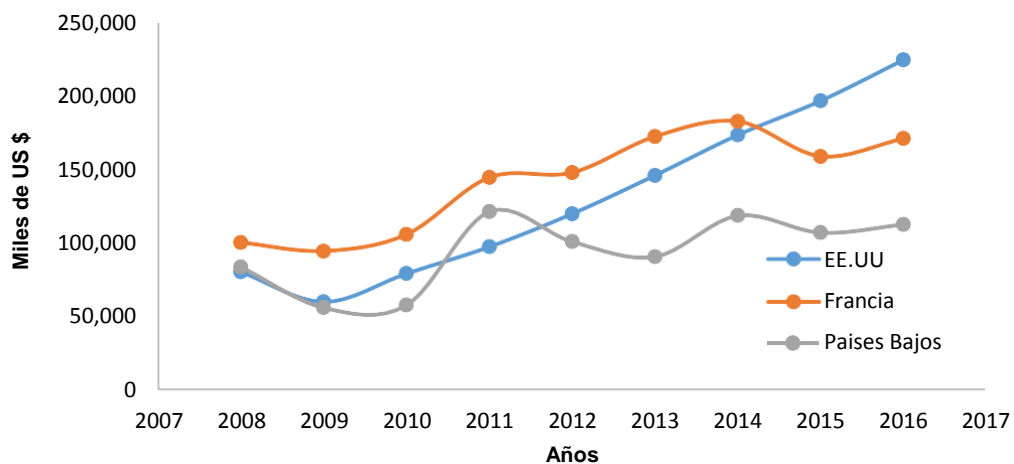
En dicho cuadro podemos apreciar que en el año 2009 el valor de importación de Estados Unidos tuvo una disminución notoria en lo que va del periodo para luego ir incrementándose esporádicamente en los siguientes años. Por su parte Francia y Países Bajos tuvieron una disminución en el año 2009 considerada a su vez como la más baja en lo que ha ido del periodo; en cuanto a Francia mantuvo ese incremento hasta el año 2014 para luego tener ligeras variaciones en los siguientes años mientras que Países Bajos en el año 2012 y 2013 tuvo una disminución notoria a diferencia del año 2011 pero luego fue incrementándose en el año 2014, teniendo una ligera disminución en el 2015 y volviendo a aumentar en el año 2016; en cuanto a las exportaciones a nivel mundial el año donde se registró un mayor valor de importación fue el 2014 mientras que para el 2015 disminuyó y volvió a aumentar en el 2016 su valor de importación, tal como se ilustra en los gráficos 3.7. y 3.8.

Gráfico 3.7. Valor de importación de grasas y aceites a nivel mundial, 2008-2016, en Miles de Dólares Americanos US \$



El valor importado a nivel mundial bajó en el 2009 debido a la crisis que enfrentaba el mundo, puede observarse que hasta el 2014 se mantiene una evolución creciente debido a que las grasas y aceites son un producto solicitado por un amplio mercado, a su vez se aprecia un decline en el año 2015 esto producido por diferentes factores uno de ellos la subida del dólar, volviendo a aumentar el valor de importación el año pasado.

Gráfico 3.8. Valor de importación de los principales países importadores de grasas y aceites a nivel mundial ,2008-2016, en Miles de Dólares Americanos US \$



El valor de importación de grasas y aceites de Países Bajos ha tenido variaciones muy notables en cuanto a su valor de importación en lo que ha ido del periodo siendo el año 2009, 2012 y 2013 las disminuciones más representativas a diferencia de Estados Unidos y Francia; se puede observar que Estados Unidos a logrado un crecimiento constante salvo en el año 2009 que se observa una caída en el valor de importación esto

debido a la crisis financiera por la que pasaba este país ; en cuanto a Francia disminuyó su valor de importación de grasas y aceites en el año 2009 y 2015 notoriamente debido a un débil crecimiento económico.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de importación mundial da los siguientes resultados:

$$y = 200000000 + 77992x$$

$$r^2 = 0.7134$$

Donde y es el valor de importación

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el valor de importación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.7134$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia positiva en el valor de importación de grasas y aceites de esta índole a nivel mundial durante el periodo 2008 – 2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de importación de Estados Unidos vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 400000000 + 20324x$$

$$r^2 = 0.9374$$

Donde y es el valor de importación

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el valor de importación y el tiempo, con un buen nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.9374$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia positiva en el valor de importación de grasas y aceites de esta índole de Estados Unidos, durante el periodo 2008 – 2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de importación de Francia vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 200000000 + 10931x$$

$$r^2 = 0.7958$$

Donde y es el valor de importación

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el valor de importación y el tiempo, con un buen nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.7958$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia creciente en el valor de importación de grasas y aceites de esta índole de Francia, durante el periodo 2008 – 2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de importación de Países Bajos vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 10000000 + 5975.7x$$

$$r^2 = 0.4496$$

Donde y es el valor de importación

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el valor de importación y el tiempo, con un bajo nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.4496$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia en el valor de importación de grasas y aceites de esta índole de Países Bajos, durante el periodo 2008 – 2016.

En los anexos 3, 4 y 5 presentamos la importación mundial de grasas y aceites (anexo 3 sobre el valor, anexo 4 sobre el volumen, anexo 5 sobre el precio).

A partir de dichos anexos y teniendo en cuenta la participación de cada país en el comercio mundial, resultó que los principales países importadores de grasas y aceites en términos de volumen fueron Estados Unidos, Francia y Países Bajos (entre los tres sumaron el 19.64% del total durante el período 2008 al 2016).

En el cuadro 3.5 presentamos el volumen de importación de los principales importadores de grasas y aceites durante el periodo 2008-2016, expresado en toneladas (tn).

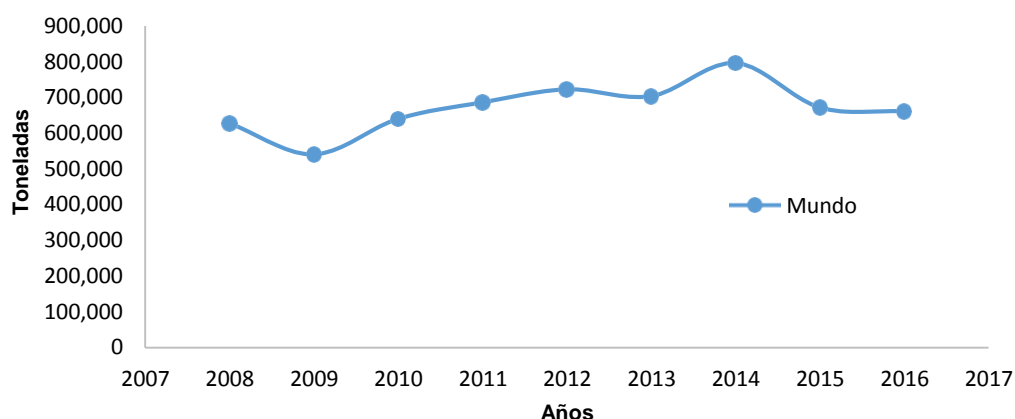
Cuadro 3.5. Volumen de importación de los principales países importadores de grasas y aceites, 2008-2016, en toneladas (tn)

Años	Volumen de importación de:			
	EE. UU	Francia	Países Bajos	Mundo
2008	21,330	35,439	34,688	628,024
2009	17,543	35,591	12,776	540,904
2010	25,155	44,423	31,447	640,482
2011	27,164	51,980	77,225	686,604
2012	30,531	54,816	50,734	723,031
2013	38,383	56,054	42,115	703,809
2014	42,005	66,349	61,824	796,994
2015	52,545	56,386	50,914	672,229
2016	61,726	59,285	50,394	661,613
Suma	316,382	460,323	412,117	6,053,690
%	5.23	7.60	6.81	19.64

Fuente: TRADE MAP

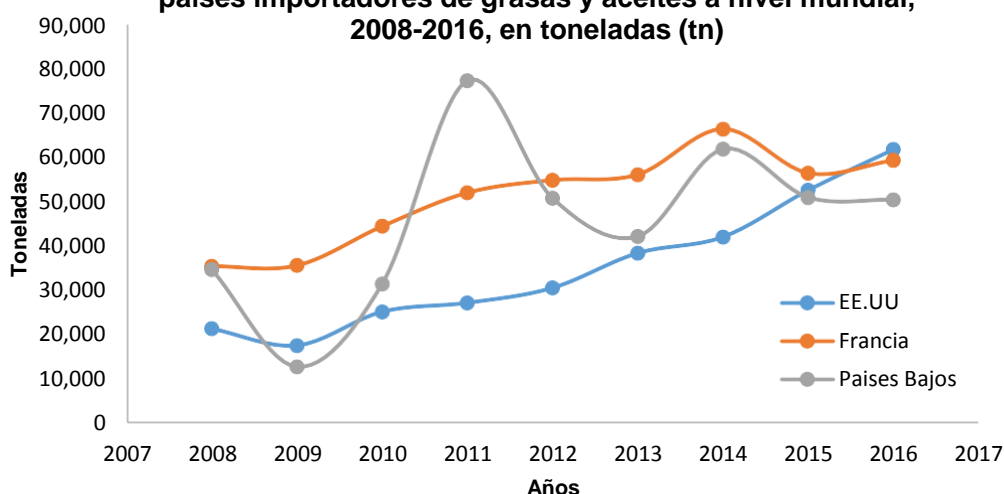
En dicho cuadro podemos apreciar que el volumen de importación de Estados Unidos ha ido incrementándose consecutivamente a excepción del año 2009 donde se registró una disminución muy notoria en el volumen de importación. En el caso de Francia el volumen de importación fue similar ha ido incrementándose considerablemente a excepción del año 2015 donde disminuyó volviendo a recuperar su volumen de importación el siguiente año; En cuanto a Países Bajos en el año 2009 tuvo una disminución en su volumen de importación a diferencia del año 2008 recuperándose en el año siguiente y aumentando en los siguientes años, en el año 2013 se registra una disminución en el volumen de importación recuperándose el siguiente año para luego ir disminuyendo consecutivamente los siguientes años; en cuanto al volumen de las importaciones a nivel mundial, éstas han tenido un crecimiento de forma consecutiva a excepción del año 2009 y 2013, para el año 2015 y 2016 ha venido registrando una disminución en el volumen de importación a diferencia del año 2014, tal como se ilustra en el gráfico 3.9 y 3.10.

Gráfico 3.9. Volumen de importación de grasas y aceites a nivel mundial ,2008-2016, en toneladas (tn)



El volumen de importación de las grasas y aceites ha tenido un crecimiento constante a excepción del año 2009 y 2013 donde se registró una disminución en el volumen de importaciones, para el año 2015 y 2016 se ha venido registrando una disminución a diferencia del año 2014.

Gráfico 3.10. Volumen de importación de los principales países importadores de grasas y aceites a nivel mundial, 2008-2016, en toneladas (tn)



El volumen de importación de los tres países se reduce principalmente en el año 2008; para los siguientes años Estados Unidos y Francia han ido incrementándose gradualmente a diferencia de Países Bajos que ha tenido aumentos y disminuciones muy considerables en el transcurso del periodo, pero ha logrado estabilizarse el año pasado registrando un volumen de importación tan considerable como Estados Unidos y Francia. Si estimamos la línea de tendencia del volumen de importación mundial da los siguientes resultados:

$$y = 30000000 + 14309x$$

$$r^2 = 0.3097$$

Donde y es el volumen de importación
 x es el tiempo
 r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el volumen de importación y el tiempo, con un bajo nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.3097$), lo que se interpreta en el sentido que no existe tendencia en el volumen de importación de grasas y aceites de esta índole a nivel mundial, durante el periodo 2008 – 2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de importación de Estados Unidos vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 10000000 + 5191.8x$$
$$r^2 = 0.9229$$

Donde y es el volumen de importación
 x es el tiempo
 r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el volumen de importación y el tiempo, con un buen nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.9229$), lo que se interpreta en el sentido que, si existe una tendencia creciente en el volumen de importación de grasas y aceites de esta índole de Estados Unidos, durante el periodo 2008 – 2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de importación de Francia vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 7000000 + 3428.3x$$
$$r^2 = 0.7862$$

Donde y es el volumen de importación
 x es el tiempo
 r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el volumen de importación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.7862$), lo que se interpreta en el sentido que existe

una tendencia creciente en el volumen de importación de grasas y aceites de esta índole de Francia, durante el periodo 2008 – 2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de importación de Países Bajos vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 7000000 + 3381.4x$$

$$r^2 = 0.2495$$

Donde y es el volumen de importación

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación directamente proporcional entre el volumen de importación y el tiempo, con un bajo nivel de ajuste de la regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2 = 0.2495$), lo que se interpreta en el sentido que no existe tendencia en el volumen de importación de grasas y aceites de esta índole de Países Bajos, durante el periodo 2008 – 2016.

El cuadro 3.6 fue elaborado en base el anexo 8, en el cual presentamos el precio de importación de los principales importadores de grasas y aceites durante el periodo 2008-2016, expresado en Miles de Dólares Americanos (US \$) por tonelada (Tn).

Cuadro 3.6. Precio de importación de los principales países importadores de grasas y aceites, 2008-2016, en miles de US \$

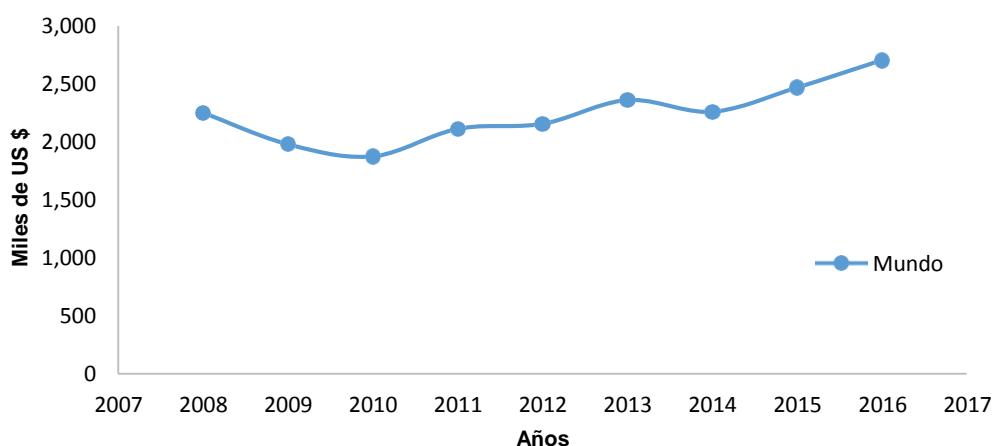
Años	Precio de importación de:			
	EE. UU	Francia	Países Bajos	Mundo
2008	3,786	2,840	2,426	2,252
2009	3,446	2,666	4,422	1,980
2010	3,166	2,388	1,851	1,875
2011	3,599	2,786	1,575	2,113
2012	3,935	2,701	1,996	2,156
2013	3,808	3,078	2,162	2,361
2014	4,132	2,756	1,924	2,260
2015	3,743	2,821	2,109	2,469
2016	3,635	2,886	2,241	2,705

Fuente: TRADE MAP

En dicho cuadro podemos apreciar que el precio de importación de Estados Unidos disminuyó en el año 2009 y 2010, luego se incrementó en

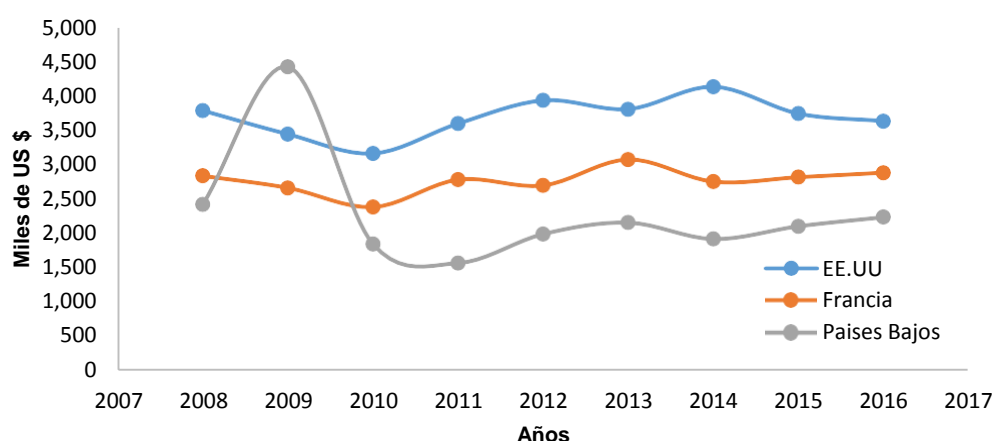
el año 2011 y 2012 y tuvo una ligera disminución en el año 2013, para el año 2014 volvió a incrementarse y para los siguientes años ha vuelto a disminuir su precio de importación. En el caso de Francia en el año 2009 y 2010 se registra una disminución del precio de importación que ha sido la más baja del periodo, en el 2011 vuelve a subir para volver a bajar en el 2012 y volver a aumentar el precio en el 2013 ,año en el cual se registra el precio de importación más elevado de Francia, en el 2014; Con respecto a Países Bajos en el año 2009 y 2010 se observa una disminución en comparación al año 2008, para el año 2011, 2012 y 2013 vuelve a aumentar el precio volviendo a reducirse en el año 2013 , volviendo a incrementarse en los siguientes años. Por último, a nivel mundial en el 2009 y 2010 el precio disminuyó de forma muy notoria a diferencia del año 2008 volviendo a aumentar en el año 2011,2012 y 2013, después de este año el precio de importación a nivel mundial disminuyó volviendo a incrementarse los siguientes años, tal como se ilustra en los gráficos 3.11. y 3.12.

Gráfico 3.11 Precio de importación de grasas y aceites a nivel mundial, 2008-2016, en Miles de Dólares Americanos US \$



El precio de importación en el año 2009 bajó considerablemente a causa de la crisis económica mundial que surgió en Estados Unidos afectando los precios internacionales. Para el año 2011, 2012 y 2013 se observa un aumento en el precio de importación, después de este año el precio de importación a nivel mundial disminuyó volviendo a incrementarse en el año 2015 y 2016.

Gráfico 3.12 Precio de importación de los principales importadores de grasas y aceites a nivel mundial, 2008-2016, en Miles de Dólares Americanos US \$



A diferencia de Estados Unidos y Francia se puede observar que Países Bajos registra un alza en el precio de importación para el año 2009 de forma muy notoria, pero cabe recalcar que su volumen de importación fue el más bajo registrado en lo que ha ido del periodo, en caso de Francia, el precio de importación registró una baja durante el mismo año esto principalmente por la caída del crudo a nivel mundial puesto que Alemania es uno de los mayores compradores y Estados Unidos por la crisis económica que pasó ese año.

3.2 Resultados sobre Competitividad

De acuerdo con el anexo 9; hemos elaborado el cuadro 3.7 donde se llegó a la conclusión que el principal país latinoamericano competidor de Perú es: Colombia, ya que es el único país, al igual que Perú, que produce grandes cantidades de Sacha Inchi para la extracción del aceite de sus semillas y exportarlas a mercados internacionales.

En el cuadro 3.7 presentamos la productividad de Sacha Inchi de nuestros países competidores para realizar luego la extracción del aceite de sus

semillas, durante el periodo 2008-2014, expresado en (Tn/Ha)

Cuadro 3.7. Producción de Sacha Inchi de nuestros países competidores, 2008-2016, en toneladas (Tn/Ha)

Países	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Perú	4,577	4,194	3,455	2,679	2,973	3,124	2,616
Colombia	35,60	26,70	26,70	45,80	48,40	16,87	76,04

Fuente: Ministerio de Agricultura y Agronet

En dicho cuadro podemos observar que la producción de Sacha Inchi expresado en (Tn/Ha) de Perú ha disminuido de forma secuencial desde el 2009, se puede apreciar que en el 2013 tuvo una ligera alza en su producción pero para el 2014 volvió a disminuir de forma muy notoria; Colombia también tuvo una disminución en su producción a diferencia del 2008 y se mantuvo así en el 2009 y 2010, para el 2011 y 2012 se aprecia una notable alza pero para el 2013 tuvo una caída muy considerable en su producción a diferencia de Perú que en ese año registro un alza en su producción , para el 2014 la producción de Colombia vuelve a registrar un alza muy notorio que ha sido el más elevado en lo que se ha registrado del periodo esto debido a que el Ministerio de Agricultura y desarrollo rural (MinAgricultura) de Colombia está apoyando a los agropecuarios priorizando proyectos para el crecimiento del sector impulsando el cultivo del sacha inchi y si a esto se le agrega que varias empresas colombianas vienen recorriendo algunas regiones del país donde se sitúan familias campesinas, con pocos recursos, proponiendo que inviertan en este cultivo. De este modo ellos como empresa impulsan la exportación abriendo mercado en el exterior mientras que la comunidad se dedique a producir materia prima y se pueda generar el producto más cotizado que es el aceite de sacha inchi extraído de las semillas de este producto.

Esta situación está cambiando progresivamente; en cuanto a Perú, nosotros tenemos nuestro pico de producción en enero y va hasta los meses de agosto o septiembre, por lo que los productores colombianos ya no tienen estos aceites disponibles en esas fechas, además el aspecto ambiental como el clima, suelo y altitud que tiene nuestro país son muy favorables para la cosecha y producción de este producto

Cabe recalcar que actualmente la región de San Martín es el primer productor de sacha inchi en el Perú mientras que para Colombia el

principal productor se encuentra en el departamento de Putumayo; como se puede apreciar en el cuadro la producción de Perú sigue siendo más competitiva que Colombia debido a que cuenta con una producción mucho más elevada que este país en cuanto a producción de Sacha Inchi.

Se debe mencionar, que en el Perú, se necesita más iniciativas como la del gobierno central que promulgo la ley N°28846- Ley de Competitividad de las Cadenas Productivas y Conglomerados, que tiene como objetivo promover la cooperación y la organización empresarial entre los actores económicos y los organismos públicos y privados con la finalidad de mejorar la competitividad del subsistema de agro negocios es lo que se necesita hoy en día ya que así no existiría una incertidumbre en el precio de venta, las empresas no manejarían la información creando una acción de oportunismo lo que ha ocasionado en muchos casos que los productores abandonen el cultivo y así disminuya la producción del Sacha Inchi.

De acuerdo con el anexo 10; hemos elaborado el cuadro 3.8 en el cual presentamos los costos de producción de Sacha Inchi de nuestros países competidores, para realizar posteriormente la extracción del aceite de sus semillas, durante el periodo 2008-2016, en dólares americanos (US\$).

Cuadro 3.8. Costo unitario de producción (kg) de Sacha Inchi de nuestros países competidores, 2008-2016, en dólares americanos (US\$).

Países	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Perú	2.55	2.74	2.11	4.34	5.81	4.53
Colombia	3.84	4.35	4.32	3.25	3.15	5.91

Fuente: Ministerio de Agricultura y Agronet (MinAgricultura)

En dicho cuadro podemos apreciar que el costo unitario de producción de Perú se eleva en el año 2009 y vuelve a disminuir en el 2010, si se observa el cuadro anterior la producción del sachu inchi también disminuye en el 2010 a diferencia del 2009 esto debido a la poca actividad del sector; en el 2011 los costos se elevan hasta el 2012 y vuelven a bajar en el 2013, cabe recalcar que la mano de obra y los insumos que se encuentran en los costos directos tienen una representación de poco más del 85 % del costo total , mientras que los costos indirectos representan solo el 15% del costo total. Por lo que se puede interpretar que es de suma importancia

los costos directos ya que el mayor costo está en el recurso humano que van desde agricultores que se encargan de las labores de (fertilización, deshierbes, podas y acomodados de ramas, aplicación de productos orgánicos y/o biológicos, recojo de cápsulas, secado de capsulas y trilla, selección de semillas para su posterior extracción del aceite) que no dependen del volumen de cosecha obtenida de las cuotas establecidas. Para el caso de Colombia, el costo unitario de producción se elevan en el año 2008 y 2009 esto originado por el alto costo que tiene las cosechas de este producto debido a que los agricultores en su mayoría realizan estas labores con insumos y materiales más costosos (abonos foliares orgánicos, bioestimulantes y biodales, insecticidas y nematicidas orgánicos) así como tecnología y procesos con un alto costo, mayores a Perú; en el 2015 se registra nuevamente una alza en el costo de producción esto debido a problemas climatológicos que repercutieron en efecto en los recursos agrícolas de los departamentos de Putumayo y del Cauca, lo que comprometía a las empresas exportadoras a mas días de espera en la producción de este producto.

IV. DISCUSIÓN

Briones (2014, p. 96) coincide con la conclusión llegada por el autor porque en la presente investigación se pudo observar que Ecuador está implementando en su producción ser un mercado competitivo a futuro; esto nos permite comprender la importancia de la producción del aceite de sachá inchi y despertar el interés de muchos agricultores con respecto a este producto ya que su consumo está siendo cada vez más demandado; como se puede observar en el Anexo 3 y 4, Ecuador se encuentra en una posición muy por debajo del rango promedio tanto del valor como volumen de las exportaciones a nivel mundial pero ha tenido un alza significativa y de forma creciente en todo lo que va del periodo estudiado. Núñez y Ybañez (2014, p. 150) no coincide con la conclusión llegada por los autores ya que como se puede observar en los cuadros del valor y volumen de importación los principales mercados para las exportaciones peruanas del aceite de sachá inchi en estos últimos años han sido Estados Unidos y Francia por lo que son estos países los que han incrementado las exportaciones de manera positiva tanto en el año 2014 como en los siguientes años y no Canadá como lo estima el autor ; lo que sí se puede recalcar de su investigación es que las exportaciones peruanas de aceite de sachá inchi al mundo han tenido un notorio crecimiento durante el periodo 2008-2012 tal cual se observa en el cuadro del valor de importación de los principales importadores de grasas y aceites peruanas.

Armijos (2014, pp. 153-154) coincide con la conclusión llegada por el autor ya que en Ecuador son muy pocas las empresas dedicadas a la producción del aceite de Sachá Inchi y su exportación ya que como se puede observar en el anexo 3, Ecuador ha ocupado el septuagésimo tercer lugar (73) en cuanto al valor y volumen de las exportaciones a nivel mundial; si bien el MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca) está impulsando la producción del sachá inchi para la extracción del aceite de esta semilla este producto se ha convertido en una oportunidad de negocio muy rentable, por lo que estoy de acuerdo con el estudio realizado por el autor ya que crear una empresa productora en la provincia de Orellana tendría aceptación de este producto de acuerdo a las tendencias actuales de los consumidores que prefieren adquirir un producto con propiedades beneficiosas y que no afecten la salud además de crear plazas de trabajo , contribuyendo en forma directa a

disminuir el desempleo del sector.

Benito (2011, p.90) coincide con la conclusión llegada por el autor ya que a través de toda esta investigación se ha podido recalcar los valores nutricionales que tiene el aceite de Sacha Inchi por lo que consumirlo tiene una influencia positiva en la salud de los pobladores; como se puede observar en el cuadro de Producción de Sacha Inchi en su detallado el principal productor de este producto es la región de San Martín el cual registró un rendimiento en el 2013 de 1,590 (kg/Ha), además de ser un cultivo alternativo para generar ingresos económicos al agricultor y al país por la generación de empleos por parte de las instituciones públicas y privadas ya que hoy en día este producto es muy demandado en mercados internacionales.

V. CONCLUSIONES

1. De acuerdo con los resultados de la investigación, ha quedado demostrado que el valor de exportación mundial de grasas y aceites durante el periodo 2008-2016 muestra una tendencia creciente, sin embargo, el volumen de exportación mundial de las grasas y aceites tuvo una tendencia decreciente en ese periodo.
2. De acuerdo con los resultados de la investigación, ha quedado demostrado que el valor de importación mundial de grasas y aceites durante el periodo 2008-2016 ha tenido una tendencia creciente y el volumen de importación mundial no ha tenido tendencia.
3. De acuerdo con los resultados de la investigación ha quedado demostrado que la exportación de grasas y aceites durante el periodo 2008-2016 ha sido competitiva.
4. De acuerdo con las conclusiones 1, 2 y 3 se infiere que el comercio internacional de las grasas y aceites ha tenido una tendencia creciente en el valor tanto en las exportaciones como en las importaciones, sin embargo, ha tenido una tendencia decreciente en el volumen para ambos casos. Por otra parte, la exportación de las grasas y aceites de Perú (principalmente el aceite de Sacha Inchi) ha sido competitiva durante el periodo 2008-2016.

VI. RECOMENDACIONES

1. Para lograr una tendencia positiva en la exportación mundial de grasas y aceites de cada país exportador se deberá mejorar su capacidad productiva ya que según las tendencias el valor de exportación es positivo pero el volumen de exportación no lo ha sido, esto se puede lograr mediante el fortalecimiento de la asistencia técnica y el apoyo para la adopción de tecnología avanzada, establecer un programa nacional de control y erradicación de plagas y a su vez lograr que los productores adopten otro tipo de tecnología en la producción (siembra, cultivo y poda).
2. Para lograr una tendencia creciente en la importación mundial de grasas y aceites, este producto deberá cumplir con los requisitos y estándares de calidad que exige el mercado internacional tales como el que ya han sido brindados por la FDA (The Food and Drug Administration), FSAI (The Food Safety Authority of Ireland)), etc.; ofreciendo así un producto sano y plenamente confiable para la salud de quienes lo consumen, además de darle un valor agregado. Para ello, cada gobierno o productor deberá dedicar presupuestos para conseguir certificaciones que garantizan el control fitosanitario de este producto; así como normas técnicas como Buenas Prácticas de Manufactura, Buenas Prácticas Agrícolas, etc. Que permitan estandarizar los procesos en la producción y transformación del producto, y con ello la apertura a mercados más exigentes.
3. Para lograr la competitividad en la exportación de grasas y aceites peruanas se debe priorizar la calidad de las grasas y aceites exportadas mediante capacitaciones y asistencias técnicas, con la finalidad de ayudar al agricultor, brindándole información para una mejora en su producción o los tipos de insumos que podrían permitir una mejor plantación y reducción de plagas ; de esta manera se logrará conciencia de la calidad de nuestro producto, y el cuidado de nuestros campos, lo cual permitirá darnos sostenibilidad y aprovechar esta oportunidad posicionando a nuestro país como uno de los principales productores del mundo.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aduanas (2013). *Glosario de Términos*. Lima. Recuperado de <http://www.aduanascomercioexterior.blogspot.pe/2013/02/definicio-de-importacion.html?m=1>
- Agencia Agraria de Noticias. (2014). *Negocios*. Recuperado de <http://agraria.pe/noticias/peru-exporto-300-toneladas-de-sacha-inchi-en-2013-5955>
- Agroindustrias A. (2014). *El aceite de Inca Inchi*. Recuperado de <http://www.incainchi.com.pe/inca.htm>
- Agronet (Ministerio de Agricultura y desarrollo rural) *Producción de Sacha Inchi*. Recuperado de: <http://www.agronet.gov.co/estadistica/Paginas/default.aspx>
- Aleksink, N. (2012). *Determinación de costos y precios de exportación*. Buenos Aires, Argentina: Osmar D. Buyatti.
- Álvarez, O. (2008). *¿Qué es la productividad?* El Blog Salmón. Recuperado de <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-productividad>
- Armijos, C. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de aceite comestible a base de planta Sacha Inchi y su comercialización en la provincia de Orellana*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Loja). Orellana. Recuperada de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/5956/1/Carlos%20Alberto%20Armijos%20Armijos.pdf>
- Araoz, M. (2005). *Economía y competitividad*. Lima: Editorial ágora democrática.
- Arroyo, J. (2011). *Introducción al comercio internacional*. Lima, Perú: Editorial Universitaria.
- Ávila, J. (2004). *Los costos de producción*. Introducción a la economía. Barcelona, España: Plaza y Valdés.
- Ballesteros, A. (2001). *Comercio Exterior: teoría y práctica*. (2ª ed.) España: EDITUM. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=bq4eT49QyHwC&pg=PA5&lpg=P>
[A5&dq=ballesteros+comercio+exterior&source=bl&ots=Uaeh6Qdx9I&sig=hdh-pp0RF_IRGDzfxoQLhW04swl&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiDtJ-](https://books.google.com.pe/books?id=bq4eT49QyHwC&pg=PA5&lpg=P)

cgLnQAhXCS5AKHdUIDvwQ6AEIQjAM#v=onepage&q=ballesteros%20comercio%20exterior&f=false

Banco Central de Reserva del Perú (2013) *Glosario*. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario.html>

Benito, M. (2011). *Propuesta de una estrategia comercial para incrementar el consumo doméstico del Aceite de Sacha Inchi en la Región San Martín*. (Tesis de Magister, Universidad Nacional de San Martín Tarapoto). Tarapoto. Recuperado de <http://tesis.unsm.edu.pe/jspui/bitstream/11458/322/1/Mar%C3%ADa%20Elena%20Benito%20Garc%C3%ADa.pdf>

Bradley, F., y Calderón, H. (2006). *Marketing Internacional*. 5ª ed. Pretince Hall.

Briones, M. (2014). *Estudio de factibilidad para la industrialización de un aceite de alta calidad nutricional y medicinal extraído del Sacha Inchi*. (Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santiago de Guayaquil). Guayaquil.

Recuperada de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2221/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-60.pdf>

Caballero, I.; Padín, C., y Contreras, N. (2012). *Comercio Internacional: Una visión general de los instrumentos operativos del comercio exterior*. Cali: Ediciones de la U.

Castro, A. (2008). *Manual de Exportaciones: La exportación en Colombia*.

Bogotá: Editorial Universidad del Rosario. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=Frss6jph2nAC&lpg=PP1&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>

Cornejo, E. (2009). *Comercio Internacional hacia una gestión competitiva*. Lima: Editorial San Marcos

Crop Science. (2012). *Leaf Photosynthesis, Growth, and Seed Chemicals of Sacha Inchi Plants Cultivated Along an Altitude Gradient*. Madison: Crop Science Society of America. Recuperado de <http://ir.xtbg.org.cn/bitstream/353005/3542/1/Leaf%2520Photosynthesis,%2520Growth,%2520and%2520Seed%2520Chemicals%2520of%2520Sacha%2520Inchi%2520Plants%2520Cultivated%2520Along%2520an%2520Altitude%2520Gradient.pdf>

Cruz, I. (2014). *Determinación del Costo Unitario una herramienta financiera eficiente en las empresas*. México: Instituto Tecnológico de Sonora.

- Recuperado de
<http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no87/Pacioli-87-eBook.pdf>
- Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2010). *Negocios Internacionales*. (12ª ed). México: Pearson educación.
- Do Prado, I. (2014). *La utilización de tecnología de fluidos supercriticos y subcriticos para el procesamiento del sachá inchi*. (Tesis de Maestría. Universidad de Alberta) Recuperado de
https://era.library.ualberta.ca/files/3b591990r/Prado_Ivor_Spring%25202014.pdf
- Fernández, E.; Montes, J. y Vázquez, C. (1997). *La competitividad de la empresa: Un enfoque basado en la teoría de recursos*. Recuperado de
<https://books.google.com.pe/books?id=kQnzohZdMs4C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Gil, J. (2014). *Marketing y compra venta internacional: Información y gestión operativa de la compraventa internacional*. Madrid: Ic editorial.
- González, R. (2011). *Diferentes Teorías del Comercio Internacional*. Badajoz: Universidad de Extremadura. Recuperado de
http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_103118__9F7A85DC90A777675E3E806341418974.pdf
- Hernández, E. (2000). *La Competitividad Industrial en México*. DF: Editorial Plaza y Valdez
- Hernández, G. (2013). *ABC de la exportación e importación*. Lima: Coredise S.A.C
- Hinkelman, E. (2011). *Diccionario Enciclopédico de Comercio Internacional*. (2ª ed.) México DF, México: Patria
- INEI. (2013). *Metodología de Cálculo Mensual de los Índices de Precios de Comercio Exterior*. Recuperado de
<http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/metodologias/metodologia-de-indice-de-precios-de-comercio-exterior.pdf>
- Krugman, P., y Obstfeld, M. (1994). *Economía Internacional: Teoría y Política*. (2ª ed.) Madrid: McGraw – Hill.
- Le Pan, G. (1976). *Manual de Comercio Exterior: práctica de la exportación – importación*. Bilbao: Ediciones Deusto.

- Lerma, A. y Márquez, E. (2010). *Comercio y marketing internacional* (4 a ed.) México: Cengagelearning. Recuperado de <https://books.google.com/books?isbn=6074813213>.
- López, J. (2012). *Productividad*. España: Editorial Palibrio. Recuperado de https://books.google.com/books/about/Productividad.html%3Fid%3DK7DDWeLQ7QUC&ved=0ahUKEwj0lpvcqrnQAhXFhZAKHXTsBRgQFggYMAA&usg=AFQjCNGppzQkCuvstYgfuvJm6BhkHN_RA&sig2=XJmUp0KUI_A2SSVprQo0jg
- Macías, Rodríguez Braun, Rodríguez Burgos, González. (2012). *Economía para andar en casa*. Madrid: Mc-Hill. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=_rGYAgAAQBAJ&pg=PT107&dq=IMPORTAR+ES+COMPRAR+DEL+EXTERIOR&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=IMPORTAR%20ES%20COMPRAR%20DEL%20EXTERIOR&f=false
- Márquez, L., Martínez, I., Pérez, E. y Wilmsmeier, G. (2007). *Determinantes de los costes de transporte marítimos. El caso de las exportaciones españolas*. Revistas ICE (834). Recuperado de http://www.revistasice.info/cache/pdf/ice_834_7993__064bd8ab28c145a96e195599037f6d7a.pdf
- Medina, K. (2014). *Elaboración y comercialización de mascarilla Capilar a base de aloe vera y aceite de Sacha Inchi en el centro de la ciudad de Babahoyo*. (Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil). Guayaquil. Recuperada de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8135/1/BCIEQ-T-0080%20Medina%20Ezeta%20Kerly%20Mar%C3%ADa.pdf>
- Méndez, J. (2007). *La economía en la empresa*. (3ª ed.). DF: The McGraw-Hill Companies
- Méndez, L. (2012). *Marketing internacional: precio internacional*. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2012-17PrecioInternacional.pdf>
- Mendoza. (2005). *Manual del exportador*. Recuperado de http://www.promendoza.com/downloads/capacitacion/manual_nuevo_exportador.pdf
- Mercado, S. (2013). *Comercio Internacional II: Incluye tratados de Libre Comercio*. 7ª ed. México: Editorial Limusa. Recuperado de

- https://books.google.com.pe/books/about/Comercio_Internacional_I_II_International.html%3Fid%3DNkcJD9Ev1BIC&ved=0ahUKEwiZ1orc9bnQAhUKIZAKHeSqDh4QFggeMAA&usg=AFQjCNG0JGHvaJ1_Zp3D1Wp2CVM-FdqB8A&sig2=2EL1k3seHePje5BsqlWXcg
- Moral, E.; Lanzas, J. y Cuadros, P. (2012). *Adaptación de las exportaciones españolas del aceite de oliva a la demanda mundial*. Recuperado de http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE_3027_23-34_E885B40D280EFA0B31D940955C85D06A.pdf
- Núñez, C. y Ybañez, V. (2014). *Análisis de la ventana de oportunidad del mercado canadiense y su influencia en las exportaciones peruanas de Sacha Inchi*. (Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte). Lima. Recuperada de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/1343/N%C3%BA%C3%B1ez%20Castillo%2c%20Carlos%20Alonso%20Manuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Paez S. (2015). *Desarrollo del branding plan para el lanzamiento de productos con Omega 3, en el distrito metropolitano de Quito. Caso: Sacha Inchi*. (Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador). Quito. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8122/TESIS%20CON%20REVISION%20OK%21%21%21%21.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez, A. (2000). *Manual de promoción de exportaciones: Teoría, política y gestión*. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo edición actualizada y aumentada*. España: Ibérica.
- Profound. (2008). *Investigación de Mercados Sacha Inchi*. Recuperado de http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1417/Investigacion_mercado_sacha_inchi_2008_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Reca, A. (2013). *Tendencia y dinámica en los mercados globales de aceites y grasas. Precios y Mercados*. Recuperado de <https://publicaciones.fedepalma.org/index.php/palmas/article/view/1320/1320>
- Ricardo, D. (1866). *Los principios de economía política y tributación*. Recuperado

de: <http://lib.ugent.be/europeana/900000136344>.

Rodríguez, C. (1993). *El nuevo escenario: La cultura de calidad y productividad en las empresas*. DF: ITESO. Recuperado de

https://books.google.com.pe/books/about/El_nuevo_escenario.htm?l%3Fid%3DIAcY7k6GKbUC&ved=0ahUKEwiusoDKI7rQAUEH5AKHe4OAzYQFggxMAU&usg=AFQjCNFIZ2JhEkmFvYPRoeMivtbKD6SjA&sig2=F5fts7nF4dqqFu1-uqwhog

Rouco, A. y Martínez, A. (1997). *El precio de los factores de producción*. Economía agraria. Región de Murcia, España: Universidad de Murcia. Recuperado de

<https://books.google.com.pe/books?id=MMMNmWklKpgC&pg=PA231&dq=factores+determinantes+de+la+oferta&hl=es-419&sa=X&ved=0CDgQ6AEwBmoVChMI5oSR0KjmyAIVBXkmCh1HpwqX#v=onepage&q=factores%20determinantes%20de%20la%20oferta&f=false>

Sierralta, A. (2014). *Comercio internacional dumping-salvaguardias-subsidios*. Medellín, Colombia: Universidad de Medellín.

Smith, A. (1776). *Investigación Sobre la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones*. DF: Editorial Fondo de Cultura Económica.

Sotomayor, A. (2003). *Normas antidumping y antitrust en los procesos de integración*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de

<https://books.google.com.pe/books?id=4Jce6E531fUC&pg=PA113&lpg=PA113&dq=normas+antidumping+y+antitrust+en+los+procesos+de+integraci%C3%B3n&source=bl&ots=33yVQTJGTc&sig=mSO2-zbO0LxnxHPZSr1WQWCAbRs&hl=es-419&sa=X&%20antidumping%20y%20antitrust%20en%20los%20procesos%20de%20integraci%C3%B3n&f=false&ved=0ahUKEwjAsrLVnbTPAhWDrB4KHXLQBkUQ6AEIGjAA#v=onepage&q=normas>

Sepúlveda, C. (2004) *Costo medio*. Diccionario de términos económicos (11ª ed.). Santiago de Chile: Universitaria.

Vásquez, M. y Madregal, R. (2010). *Comercio internacional*. (3 a ed.). México: Grupo editorial patria.

Zambrana, C. (1995). *Administración de Comercio Internacional: compilación*

de temas actuales sobre comercio internacional. Cartago: Euned.
Recuperado de
<https://books.google.com.pe/books?id=I75mOATtAhAC&pg=PA5&dq=colman+zambrana+ramirez&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiSo4vtkLrQAhVLGpAKHar4DcQQ6AEI GDAA>

VIII. ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

Comercio internacional y competitividad del aceite de Sacha Inchi peruano 2008-2016.							
Objeto de estudio	Problemas de Investigación	Objetivos de Investigación	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Método
Empresas exportadoras de grasas y aceites	Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Comercio internacional	Exportación	Volumen de la exportación de EE. UU	El tipo de investigación es descriptivo, de diseño metodológico no experimental. El Método Estadístico consiste en recopilar información estadística de todos los países que comercializan grasas y aceites (...) contemplada en la partida 1515900090 en base a datos del TradeMap brindados por el CCI (Centro del Comercio Internacional). Luego, se procede a la organización de dichos datos, de manera que se clasifica y selecciona a los principales exportadores e importadores de grasas y aceites, al lograr obtener los nombres de los países que destacan, se procede a buscar en bases de datos estadísticas institucionales, si se desea o requiere contrastar los datos de Volumen, Valor y Precio de Exportación de las grasas y aceites se utilizará TradeMap para seleccionar a los principales países exportadores. Al obtener dichos datos organizados serán agrupados en cuadros y tablas para poder presentarlos en gráficos de línea y gráficos de barra, para que finalmente se pueda describir dicha información a través de porcentajes y tasas.
	¿Cómo ha sido el comercio internacional y la competitividad de las grasas y aceites durante el período 2008-2016?	Determinar el comercio internacional y la competitividad de las grasas y aceites durante el período 2008-2016.	El comercio internacional y la competitividad de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016 han sido favorables para el Perú.			Valor de la exportación de EE.UU.	
						Precio de la exportación de EE. UU	
						Volumen de la exportación de Italia	
						Valor de la exportación de Italia	
						Precio de la exportación de Italia	
	Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas			Volumen de la exportación de Francia	
						Valor de la exportación de Francia	
						Precio de la exportación de Francia	
	1. ¿Cómo ha sido la exportación mundial de las grasas y aceites durante el período 2008-2016?	1. Determinar la exportación mundial de las grasas y aceites durante el período 2008-2016.	1. La exportación mundial de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016 ha tenido una tendencia positiva.		Importación	Volumen de la importación de EE. UU	
						Valor de la importación de EE. UU	
						Precio de la importación de EE. UU	
						Volumen de la importación de Francia	
						Valor de la importación de Francia	
	2. ¿Cómo ha sido la importación mundial de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016?	2. Determinar la importación mundial de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016.	2. La importación mundial de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016 ha tenido una tendencia positiva.			Precio de la importación de Francia	
				Volumen de la importación de Países Bajos			
				Valor de la importación de Países Bajos			
	3. ¿Cómo ha sido la competitividad de la exportación peruana de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016?	3. Determinar la competitividad de la exportación peruana de las grasas y aceites durante el período 2008-2016.	3. La exportación peruana de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016 ha sido competitiva.	Competitividad		Productividad	
					Costo Unitario de Producción		

Anexo 02: Juicio de Expertos

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL COMERCIO INTERNACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Exportación								
1	Volumen de exportación de Estados Unidos	X		X		X		
2	Valor de exportación de Estados Unidos	X		X		X		
3	Precio de exportación de Estados Unidos	X		X		X		
4	Volumen de exportación de Italia	X		X		X		
5	Valor de exportación de Italia	X		X		X		
6	Precio de exportación de Italia	X		X		X		
7	Volumen de exportación de Francia	X		X		X		
8	Valor de exportación de Francia	X		X		X		
9	Precio de exportación de Francia	X		X		X		
Importación								
1	Volumen de importación de Estados Unidos	X		X		X		
2	Valor de importación de Estados Unidos	X		X		X		
3	Precio de importación en Estados Unidos	X		X		X		
4	Volumen de importación de Francia	X		X		X		
5	Valor de importación de Francia	X		X		X		
6	Precio de importación en Francia	X		X		X		
7	Volumen de importación de Países Bajos	X		X		X		
8	Valor de importación de Países Bajos	X		X		X		
9	Precio de importación en Países Bajos	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Op Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mgtr./Lic.: Quispe Farfan Percy Hugo DNI: 09611053

Especialidad del validador: Abogado

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima - 22 de Junio del 2017
Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETITIVIDAD

Nº	Indicadores	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Productividad							
1	Productividad de Perú	X		X		X		
2	Productividad de Colombia	X		X		X		
3								
4								
5								
6								
	Costo unitario de producción	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Costo unitario de producción de Perú	X		X		X		
8	Costo unitario de producción de Colombia	X		X		X		
9								
10								
11								
12								

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Op Aplicable [☐] Aplicable después de corregir [☐] No aplicable [☐]

Apellidos y nombres del juez validador, Dr./ Mgtr./Lic.: Quispe Torrealba Percy Hugo DNI: 09611053

Especialidad del validador: Abogado

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 22 de Junio del 2017



Firma del Experto Informante

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL COMERCIO INTERNACIONAL

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Exportación								
1	Volumen de exportación de Estados Unidos	X		X		X		
2	Valor de exportación de Estados Unidos	X		X		X		
3	Precio de exportación de Estados Unidos	X		X		X		
4	Volumen de exportación de Italia	X		X		X		
5	Valor de exportación de Italia	X		X		X		
6	Precio de exportación de Italia	X		X		X		
7	Volumen de exportación de Francia	X		X		X		
8	Valor de exportación de Francia	X		X		X		
9	Precio de exportación de Francia	X		X		X		
Importación								
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	Volumen de importación de Estados Unidos	X		X		X		
2	Valor de importación de Estados Unidos	X		X		X		
3	Precio de importación en Estados Unidos	X		X		X		
4	Volumen de importación de Francia	X		X		X		
5	Valor de importación de Francia	X		X		X		
6	Precio de importación en Francia	X		X		X		
7	Volumen de importación de Países Bajos	X		X		X		
8	Valor de importación de Países Bajos	X		X		X		
9	Precio de importación en Países Bajos	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Op Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mgtr./Lic.: Pineda Zapata Manuel Enrique DNI: 25817356

Especialidad del validador: Economista

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Verano, 02 de Junio del 2017
Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETITIVIDAD

Nº	Indicadores	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Productividad							
1	Productividad de Perú	X		X		X		
2	Productividad de Colombia	X		X		X		
3								
4								
5								
6								
	Costo unitario de producción							
7	Costo unitario de producción de Perú	X		X		X		
8	Costo unitario de producción de Colombia	X		X		X		
9								
10								
11								
12								

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Op Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mgr./Lic.: PINCO Zapata MANUEL ENRIQUE DNI: 25819356

Especialidad del validador: ECONOMISTA

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Viernes 02 de Junio del 2017
 Firma del Experto Informante

FAACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL COMERCIO INTERNACIONAL

ENCUESTA DE PERCEPCIONES DE LOS PAISES DE ORIGEN DE LOS PRODUCTOS INTERNACIONALES								
Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Exportación								
1	Volumen de exportación de Estados Unidos	X		X		X		
2	Valor de exportación de Estados Unidos	X		X		X		
3	Precio de exportación de Estados Unidos	X		X		X		
4	Volumen de exportación de Italia	X		X		X		
5	Valor de exportación de Italia	X		X		X		
6	Precio de exportación de Italia	X		X		X		
7	Volumen de exportación de Francia	X		X		X		
8	Valor de exportación de Francia	X		X		X		
9	Precio de exportación de Francia	X		X		X		
Importación								
1	Volumen de importación de Estados Unidos	X		X		X		
2	Valor de importación de Estados Unidos	X		X		X		
3	Precio de importación en Estados Unidos	X		X		X		
4	Volumen de importación de Francia	X		X		X		
5	Valor de importación de Francia	X		X		X		
6	Precio de importación en Francia	X		X		X		
7	Volumen de importación de Países Bajos	X		X		X		
8	Valor de importación de Países Bajos	X		X		X		
9	Precio de importación en Países Bajos	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Op Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador: Dr./ Mgtr./ Lic.: Mgtr. Carlos Andrés Guerra B.

DNI: 09726163

Especialidad del validador: Lic. en Administración

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exento y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

lunes 05 de Junio del 2017

[Firma]
Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETITIVIDAD

Nº	Indicadores	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Productividad							
1	Productividad de Perú	X		X		X		
2	Productividad de Colombia	X		X		X		
3								
4								
5								
6								
	Costo unitario de producción	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Costo unitario de producción de Perú	X		X		X		
8	Costo unitario de producción de Colombia	X		X		X		
9								
10								
11								
12								

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Op Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mgtr./ Lic.: Mgtr. Carlos Andrés Guerra DNI: 09326163

Especialidad del validador: Lic. en Administración

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Junio, 05 de Junio del 2017



Firma del Experto Informante

Anexo 3. Valor de exportación mundial de grasas y aceites 2008-2016, en US \$

Exportadores	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
EE. UU	352062	171941	176768	209492	158612	173830	136639	144959	170313
Italia	74415	79248	84260	143870	142129	194713	212351	172973	136420
Dinamarca	53537	46117	47030	65149	72098	75437	127945	115575	114630
Francia	54876	53771	58099	73627	78924	92386	98087	99489	110875
Países Bajos	24283	41300	48221	66035	84521	72909	92066	83103	94659
China	40922	26299	41622	39418	58588	54130	67247	91195	75068
Alemania	32835	33071	38522	42671	51817	53250	61095	64931	71181
México	13300	8266	8517	5353	7778	12456	29903	41525	66713
Ghana	3161	2674	7073	12534	6606	11184	69721	53770	57910
Egipto	7791	5309	6679	14868	82725	120631	42539	36710	55818
Tailandia	39989	42753	52069	60667	57241	53101	69373	65451	55298
España	48049	39138	37493	58768	48425	64437	56566	56749	45597
Reino Unido	17748	12012	17614	23845	19304	33270	46866	40509	43121
Marruecos	10012	11665	12840	16318	15501	22116	25589	26271	30790
India	42781	60284	42178	31559	24847	15075	20887	25226	26099
Austria	11264	14671	18925	25193	21919	21457	27472	21150	25113
Malasia	12593	7271	11241	7901	8280	11210	13121	24945	23366
Suecia	17996	10272	12679	7392	5508	11209	18634	16046	22672

Fuente: Trade Map

Anexo 4. Volumen de exportación mundial de grasas y aceites 2008-2016, en US \$

Exportadores	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
EE. UU	188702	120075	119589	124732	99594	115127	83194	76524	104005
Dinamarca	26095	27236	36402	37807	42244	37832	57490	59237	56770
Italia	20334	29470	29916	55802	54006	77289	86564	85294	54454
Tailandia	30282	36107	36897	32103	30422	29891	43788	41279	34314
Ghana	2331	2470	13526	1632	1436739	15126	43809	30319	29923
Francia	13634	14377	14803	17899	17877	19545	19489	25377	25618
Alemania	4460	5608	6992	5373	6502	6289	8970	19341	22115
Países Bajos	5230	9384	15139	17299	19191	16077	35375	16227	19627
España	15919	14261	12681	19829	15568	17179	15338	20896	17979
Brasil	1891	284	4788	11287	8516	6847	5908	18820	16627
Togo	46196	5077	2394	9284	6558	8161	11902	10124	15759
India	12135	17237	10162	11509	11068	6971	8138	10179	13720
Rusia, Federación de	59	79	57	1105	1217	215	1123	951	12866
México	4761	3485	2914	1277	2333	3206	6851	7424	12858
Burkina Faso	1487	680	1141	2019	1884	5317	13145	9938	12753
Malasia	4446	2249	5063	2701	4295	6081	7991	12930	12628
China	14511	10990	14196	12641	12296	10556	10105	13612	11713
Portugal	3482	3724	3963	9863	9670	10956	12593	9162	11274

Fuente: Trade Map

Anexo 5. Precio de exportación mundial de grasas y aceites 2008-2016, en US \$.

Exportadores	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
EE. UU	1866	1432	1478	1680	1593	1510	1642	1894	1638
Italia	3660	2689	2817	2578	2632	2519	2453	2028	2505
Dinamarca	2052	1693	1292	1723	1707	1994	2226	1951	2019
Francia	4025	3740	3925	4113	4415	4727	5033	3920	4328
Países Bajos	4643	4401	3185	3817	4404	4535	2603	5121	4823
China	2820	2393	2932	3118	4765	5128	6655	6700	6409
Alemania	7362	5897	5509	7942	7969	8467	6811	3357	3219
México	2794	2372	2923	4192	3334	3885	4365	5593	5188
Ghana	1356	1083	523	7680	4,60	739	1591	1773	1935
Tailandia	1321	1184	1411	1890	1882	1776	1584	1586	1612
España	3018	2744	2957	2964	3111	3751	3688	2716	2536
Reino Unido	3281	4362	4045	4666	6288	5196	4509	4713	4024
Marruecos	19748	24252	17858	19852	11603	16346	22155	17787	20609
India	3525	3497	4151	2742	2245	2163	2567	2478	1902
Austria	9026	10238	3626	3379	3539	4197	3129	5985	11132
Malasia	2832	3233	2220	2925	1928	1843	1642	1929	1850
Suecia	5378	4215	3254	4496	4141	3518	3171	2937	3276
Canadá		5874	5390	5490	6769	3556	3966	4428	3308

Fuente: Trade Map

Anexo 6. Valor de importación mundial de grasas y aceites 2008-2016, en US \$.

Importadores	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
EE. UU	80759	60447	79632	97760	120147	146154	173547	196676	224385
Francia	100641	94874	106087	144796	148051	172543	182871	159079	171120
Países Bajos	84139	56492	58212	121666	101268	91069	118943	107358	112909
Alemania	76175	71674	80571	88262	96555	106672	103992	96730	110760
Japón	75819	79369	71575	68081	70659	65828	75161	113493	103257
Corea, República de	84945	88521	80679	90562	74955	81093	71841	71620	67245
Australia	17000	18443	23411	37945	37178	31451	37571	40501	66686
Suecia	34921	25035	30144	31499	27193	36664	92098	67627	65478
Bélgica	27853	30076	24642	38343	34336	41785	109538	50970	51414
Canadá	24074	19758	20841	26260	28493	42462	40585	52751	48977
Malasia	36410	31711	29253	34655	38557	35816	64451	46912	48516
Italia	56855	41626	41368	53989	42351	55583	60385	49493	46993
Reino Unido	47891	36749	35070	32342	36961	46824	65722	52193	46913
Austria	42628	31688	33250	56071	33546	29262	34286	35882	44090
Suiza	31415	28564	40269	32149	42244	41726	38132	32202	38886
Libia Estado de	49509	11912	3167	8346	4849	677	4717	7437	31499
Rusia, Federación de	4102	3011	6148	7144	9045	11727	19689	21140	29492
China	8051	10982	14445	16308	17047	17169	17971	24189	26808

Fuente: Trade Map

Anexo 7. Volumen de importación mundial de grasas y aceites 2008-2016, en US \$.

Importadores	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
EE. UU	21330	17543	25155	27164	30531	38383	42005	52545	61726
Francia	35439	35591	44423	51980	54816	56054	66349	56386	59285
Austria	40670	40402	37900	43209	27384	22663	30816	43546	50580
Países Bajos	34688	12776	31447	77225	50734	42115	61824	50914	50394
Japón	39235	37624	38629	30790	26454	27836	33021	45388	42487
Suecia	27040	20713	27593	23073	20088	21578	47027	37804	35389
Malasia	10201	9844	16215	16657	20752	20574	35690	25552	28004
Corea, República de	30674	36986	34387	34908	27682	27592	25281	28514	24771
Singapur	14488	13290	28572	14157	40526	17744	15099	18509	23525
Irlanda	921	884	1491	1406	2489	2112	3018	21180	22678
Bélgica	12499	21159	12134	17855	16784	16497	79680	25609	21419
Alemania	17639	23579	28271	21297	25458	22622	19773	18077	20715
Australia	8686	10984	10778	16677	12784	12015	14134	15990	18393
Italia	24012	15150	13598	15314	13010	16640	21066	14450	13808
Nueva Zelandia	3424	2678	1756	4081	5888	11752	10453	11990	10441
Polonia	4199	4444	7045	6612	4688	3573	6099	9525	10293
Reino Unido	8921	6470	7785	7037	8416	11773	12069	11250	10235
Portugal	4006	2448	3237	3801	8641	9857	11791	7351	10190

Fuente: Trade Map

Anexo 8. Precio de importación mundial de grasas y aceites 2008-2016, en US \$

Importadores	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
EE.UU.	3786	3446	3166	3599	3935	3808	4132	3743	3635
Francia	2840	2666	2388	2786	2701	3078	2756	2821	2886
Países Bajos	2426	4422	1851	1575	1996	2162	1924	2109	2241
Alemania	4319	3040	2850	4144	3793	4715	5259	5351	5347
Japón	1932	2110	1853	2211	2671	2365	2276	2501	2430
Corea, República de	2769	2393	2346	2594	2708	2939	2842	2512	2715
Australia	1957	1679	2172	2275	2908	2618	2658	2533	3626
Suecia	1291	1209	1092	1365	1354	1699	1958	1789	1850
Bélgica	2228	1421	2031	2147	2046	2533	1375	1990	2400
Canadá	5051	6215	6217	6060	5853	3598	5428	8047	7274
Malasia	3569	3221	1804	2081	1858	1741	1806	1836	1732
Italia	2368	2748	3042	3525	3255	3340	2866	3425	3403
Reino Unido	5368	5680	4505	4596	4392	3977	5446	4639	4584
Austria	1048	784	877	1298	1225	1291	1113	824	872
Suiza	18436	17676	24644	19286	22164	24487	22671	18646	21238
Libia Estado de	1575	1138	829	1842		1456	2731		
Rusia, Federación de	5426	4849	5264	5092	4525	5399	4936	4573	3977
China	6184	2760	3855	6393	6902	6632	5867	6715	6652

Fuente: Trade Map

Anexo 9. Producción de Sacha Inchi de nuestros países
competidores, 2008-2016, en toneladas

Países	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Perú	4,577	4,194	3,455	2,679	2,973	3,124	2,616
Colombia	35,60	26,70	26,70	45,80	48,40	16,87	76,04

Fuente: Ministerio de Agricultura y Agronet (MinAgricultura)

Anexo 10. Estructura de los costos de producción de Sacha Inchi x (Ha)

Concepto	Unidad	P. Unitario (S/.)	Cantidad	Costo (S/.)
I. COSTOS DIRECTOS				5,275.75
A. SEMILLA, AGROQUÍMICOS Y MATERIALES				4,675.75
1. Semilla Clasificada	kg	3.50	1.70	5.95
2. Fungicida (HOMA)	kg	138.80	1.00	138.80
3. Postes de Sinchina	Unidad	3.00	1,177.00	3,531.00
4. Alambre	kg	5.00	200.00	1000.00
B. PREPARACIÓN DE TERRENO				
5. Prep. De Terreno *Rozo	Jornal	12.00	10.00	120.00
*Picachao	Jornal	12.00	10.00	120.00
*Junta	Jornal	12.00	10.00	120.00
C. MANO DE OBRA DIRECTA				
8. Siembra *Siembra	Jornal	12.00	10.00	120.00
10. Deshierbo Manual	Jornal	12.00	10.00	120.00
II. COSTOS INDIRECTOS				861.36
D. SERVICIOS Y MATERIALES INDIRECTOS				70.00
11. Analisis de Sueldos	Analisis	70.00	1.00	70.00
E. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN (10% del Costo Directo)				527.58
F. ASISTENCIA TÉCNICA (5% del Costo Directo)				263.79
COSTO TOTAL (S/.)				6,137.11
COSTO TOTAL (US\$)				1,753.46
T.C REFERENCIAL				S/. 3.50

Fuente: Ministerio de Agricultura.

Anexo 11. Partida Arancelaria del Sacha Inchi.

Partida-Mercado	Descripción	Arancel NMF	Arancel preferencial aplicado a Perú	Otros países con preferencia arancelaria	Otros impuestos
1207.99	Las demás frutas y semillas oleaginosas	0 %	0%	0%	IVA -Normal: 20% -Reducido:10% y 5.5 %
1302.19	Los demás extractos vegetales	0%	0%	0%	
1515.90	Los demás aceites vegetales	9.6%	0%	0%	

Fuente: Promperú

**Anexo 12. EXPORTACIÓN LD GRSAS. (SACHA INCHI, JOJOBA, PALTA,ETC)-
Partida 1515900090.**

PRODUCTO	2016			2015		
	FOB US\$	KILOS	PRECIO	FOB US\$	KILOS	PRECIO
Aceite Achiote	214,455	5,000	42.89			
Aceite de Aguaje	37,703	985	38.28	38,107	1,192	31.97
Aceite Castaña	706,759	56,245	12.57	223,638	18,619	12.01
Aceite de Chía	109,208	8,159	13.38	29,415	1,020	28.84
Aceite Copaiba	3,437	116	29.63	2,195	40	54.88
Aceite Inca Inchi	273,493	14,505	18.86	347,970	20,153	17.27
Aceite Maracuyá	77,813	8,397	9.27	19,836	1,760	11.27
Aceite de Nuez				259,858	20,377	12.75
Aceite Palo de Rosa				64,750	227	285.24
Aceite Palo Santo	99,358	993	100.06			
Aceite Palta	1,329,554	159,420	8.34	1,301,733	152,219	8.55
Aceite Sacha Inchi	1,570,396	87,453	17.56	1,576,448	91,456	17.24
Ungurahui Aceite	10,460	309	33.85			
Aceite Jojoba	475,776	32,160	14.79	8,042,057	464,135	17.33
Aceite Vegetal Varios	26,487	3,840	6.90	122,414	4,460	27.45
Total general	4,934,899	377,582	13.00	12,028,421	775,658	15.51

Fuente: Sunat

Anexo 13
Acta de aprobación de originalidad de los trabajos académicos de la UCV

Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis

Yo, Percy David Maldonado Cueva, asesor del curso de Desarrollo de Proyecto de investigación, revisor de la tesis de la estudiante Marin Quispe Shirley Kimbherlyn, titulada: "COMERCIO INTERNACIONAL Y COMPETITIVIDAD DEL ACEITE DE SACHA INCHI PERUANO 2008-2016"; constato que la misma tiene un índice de similitud del 25% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecida por la Universidad César Vallejo.

Lima, 11 de junio de 2018

Atentamente,



Mgtr. Percy David Maldonado Cueva
DOCENTE ASESOR DE TESIS
DNI: 41380193



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

COMERCIO INTERNACIONAL Y COMPETITIVIDAD DEL ACEITE
DE SACHA INCHI PERUANO 2008-2016

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORA:

MARIN QUISPE, SHIRLEY KIMBERLYN

ASESOR:

DR. QUISPE FARFÁN, PERCY

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
COMERCIO INTERNACIONAL

[Handwritten signature]



Resumen de coincidencias X

25 %

< >

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

25

1

Entregado a Universida...
Trabajo del estudiante

14 % >

2

repositorio.ucv.edu.pe
Fuente de Internet

9 % >

3

www.scribd.com
Fuente de Internet

1 % >

4

tesis.unsm.edu.pe:8080
Fuente de Internet

1 % >



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

MARIN QUISPE SHIRLEY KIMBERLYN

D.N.I. :

47642828

Domicilio :

Mz 5 lote 9 urb. Santo Domingo Conabnyla

Teléfono :

Fijo :

01(318.0576)

Móvil :

950190116

E-mail :

shirley.marin9320@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

☒ Tesis de Pregrado

Facultad :

CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela :

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Carrera :

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Título :

LICENCIADA NEGOCIOS INTERNACIONALES

☐ Tesis de Post Grado

☐ Maestría

☐ Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

MARIN QUISPE, SHIRLEY KIMBERLYN

Título de la tesis:

COMERCIO INTERNACIONAL Y COMPETITIVIDAD
DEL ACATE DE SACHA INCHI PERUANO 2008-2016.

Año de publicación :

2017

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, autorizo a la Biblioteca UCV-Lima Norte,
a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha :

12-06-2018

ESPECIE VALORADA S/

OFICINA DE FINANZAS DEL ALUMNO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FORMATO DE SOLICITUD

Solicita: Visto Bueno
PARA EMPASTADO

Yo,

SHINLEY KIMBERLYN MARIN Quispe

(Nombres y apellidos del solicitante)

con DNI N.º 47647878 y

domicilio en Mz. S. lote 9 urbanización Santo Domingo Distrito de Chabayo

en mi condición de del alumno(a)

(Padre/madre/apoderado/tutor)

con código de alumno o código de matrícula N.º 6700240118

de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales recorro a

su honorable despacho para solicitar lo siguiente:

Solicito el visto bueno para el empastado
de mi trabajo.

(explica con claridad el asunto)

Por lo expuesto, agradeceré se atienda mi petición.

Lima, 12 de Junio de 2018.

Anexos:

A.

B.

C.

D.

Shinley K. Marin

Firma del solicitante



Rony P. Kallamalo